

Міністерство освіти і науки України
Вінницький національний технічний університет

Матеріали XLVI науково-технічної конференції
підрозділів Вінницького національного
технічного університету (НТКП ВНТУ–2017)

15-24 березня 2017 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 XLVI науково-технічної конференції підрозділів Вінницького національного технічного університету (НТКП ВНТУ–2017) [Електронне мережне наукове видання] : збірник доповідей. – Вінниця : ВНТУ, 2017.

ISBN 978-966-641-742-1

Збірник містить тексти доповідей XLVI 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 978-966-641-742-1

© Вінницький національний технічний університет, укладання, оформлення, 2017

Зміст

НТК ВНТУ. Факультет менеджменту та інформаційної безпеки	2289
Секція економіки підприємства та виробничого менеджменту	
<i>Вячеслав Валерійович Кавецький</i> ВПЛИВ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА НА ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ	2290
<i>Лариса Дмитрівна Глуценко</i> УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ ПРИЧИН ТА НАСЛІДКІВ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ	2294
<i>Оксана Олександрівна Адлер</i> ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ МЕТОДИКИ ЕКОНОМІЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ РОЗРОБОК	2297
<i>Лариса Дмитрівна Глуценко, Оксана Петрівна Безушко</i> СУЧАСНІ МОЖЛИВОСТІ ЛЕГАЛЬНОЇ МІГРАЦІЇ ДО КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	2299
<i>Володимир Олександрович Козловський</i> ЧИ ПРИВЕДУТЬ ЕКОНОМІЧНІ НОВАЦІЇ УРЯДУ ДО ЗРОСТАННЯ ЕКОНОМІКИ. ПОГЛЯД ІНСТИТУЦІОНАЛІСТІВ	2303
<i>Оксана Олександрівна Адлер, Тетяна Віталіївна Лесько</i> ДЕЯКІ АСПЕКТИ ПРОВЕДЕННЯ ПРИВАТИЗАЦІЇ В УКРАЇНІ	2309
<i>Олександр Йосипович Лесько</i> ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	2312
<i>Тетяна Костянтинівна Меццякова</i> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ В УКРАЇНІ	2315
<i>Ольга Георгіївна Ратушняк</i> ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЕКТУ ДЛЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	2320
<i>Ірина Валеріївна Причена</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ЗА УМОВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	2322
<i>Ірина Валеріївна Причена, Альона Сергіївна Огородник</i> МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА СУЧАСНИХ УМОВ	2326
<i>Ірина Валеріївна Причена, Тетяна Володимирівна Лавровська</i> ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	2330
<i>Лілія Олександрівна Нікіфорова</i> ВИКОРИСТАННЯ МОТИВАЦІЙНИХ ВАЖЕЛІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	2333
<i>Наталія Миколаївна Малініна</i> ВПЛИВ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ НА СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	2336
<i>Ольга Георгіївна Ратушняк, Наталія Сергіївна Яненко</i> САМОМЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ	2338
<i>Дмитро Олександрович Левченко</i> «ЧОРНИЙ» PR ЯК МЕТОД БОРОТЬБИ ЗА СПОЖИВАЧА	2342
<i>Mykola Nebava, Anatoliy Shyan, Liliya Nikiforova</i> USE OF SPECIFIC NATURAL CHARACTERISTICS OF THE ARCTIC REGION FOR BUSINESS INNOVATIVE DEVELOPMENT	2344
<i>Максим Бубела</i> УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	2346
<i>Юлія Сергіївна Чайка</i> ЕЛЕКТРОННІ ЗАКУПІВЛІ ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ PROZORRO: ЗДОБУТКИ ТА ПРОБЛЕМИ	2349
Секція менеджменту з інформаційної діяльності	
<i>Юлія Володимирівна Міронова</i> ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРИ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРАЦІ В СИСТЕМІ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА	2352
<i>Максим Валерійович Присяжнюк</i> ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ ЗБУТУ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	2355
<i>Ксенія Михайлівна Писаренко</i> МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ СПОЖИВЧОГО КАПІТАЛУ	2358
<i>Юлія Олександрівна Жалін, Анжеліка Олексіївна Азарова</i> РОЗРОБЛЕННЯ МАТЕМАТИЧНОЇ МОДЕЛІ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА МЕТОДУ ЇЇ ФОРМАЛІЗАЦІЇ НА ОСНОВІ МАТЕМАТИЧНОГО АПАРАТУ НЕЧІТКОЇ ЛОГІКИ	2361
<i>Анжеліка Олексіївна Азарова</i> СТРАТИФІКАЦІЯ ТА ДЕКОМПОЗИЦІЯ ПРОЦЕСУ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ	2364
<i>Олена Іванівна Пужайло</i> ЗАСОБИ АВТОМАТИЗОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ	2370
<i>Наталія Володимирівна Лисак, Сергій Олександрович Петров</i> ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ ВІЮЛІ-ДЖОНСА В ЗАДАЧАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ШЛЯХОМ ПОПЕРЕДНЬОЇ ОБРОБКИ ЗОБРАЖЕННЯ	2373

<i>Ірина Володимирівна Федорова, Анжеліка Олексіївна Азарова</i> АНАЛІЗ ПРОГРАМНИХ ЗАСОБІВ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛОМ	2375
<i>Максим Петрович Лозвинок</i> ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ У СФЕРІ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ	2378
<i>Анатолій Вацлавович Поплавський</i> ERP-СИСТЕМИ В МЕНЕДЖМЕНТІ ТА ЇХ ОСОБЛИВОСТІ	2381
<i>Олександр Митрофанович Роїк</i> МЕТОДИ ЗАМІЩЕННЯ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ТОЧНОСТІ ВИМІРЮВАННЯ В СИСТЕМАХ ДІАГНОСТИКИ СКЛАДНИХ ОБ'ЄКТІВ	2383
<i>Богдана Олександрівна Лозан</i> ІНФОРМАЦІЙНІ ЗАСОБИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	2385
<i>Альона Анатоліївна Домінас</i> МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ	2389
<i>Олена Миколаївна Романенко</i> ЗАХИСТ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ ШЛЯХОМ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВОГО ПІДПISY НА ПІДПРИЄМСТВАХ	2392
<i>Оксана Олександрівна Кагляк</i> ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНА МОДЕЛЬ МАКЕТИНГОВИХ КОМІНІКАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ	2396
Секція підприємництва і фінансової діяльності	
<i>Оксана Владиславівна Безсмертна</i> МЕТОДИ СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ НА ОСНОВІ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА	2399
<i>Тетяна Пілявоз</i> ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА	2402
<i>Сергій Юрійович Ренгач</i> ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ФАКТОРІВ УСПІХУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	2405
<i>Ірина Володимирівна Шварц</i> РОЛЬ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ	2408
<i>Тетяна Миколаївна Білоконь</i> ПІДТРИМКА ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА У РАМКАХ ПРОГРАМИ COSME	2410
<i>Людмила Миколаївна Ткачук, Владислав Олегович Романець</i> ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ	2413
<i>Ірина Володимирівна Шварц, Анжеліка Юрійівна Франчук</i> АНАЛІЗ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА	2417
<i>Олена Вікторівна Попатенко</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	2419
<i>Алла Станіславівна Краєвська</i> ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЯ ЯК ЧИННИК ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ	2423
<i>Анжеліка Юрійівна Сандулова</i> ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПРИЛАДОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА	2426
<i>Людмила Миколаївна Ткачук, Юрій Валерійович Коваль</i> ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК ОСНОВА ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	2430
<i>Тетяна Миколаївна Білоконь, Олеся Василівна Чаплигіна, Ірина В'ячеславівна Тихонюк</i> ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ	2433
<i>Ольга Василівна Новіцька</i> ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄС	2435
<i>Андрій Чорноокій</i> ЦЕНТР БРЖОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ – АЛЬТЕРНАТИВА БАНКІВСЬКОМУ ДЕПОЗИТУ	2440
<i>Олена Омелянівна Мороз, Марія Володимирівна Шварц</i> УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ	2442
<i>Наталія Володимирівна Пушикар</i> ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	2445
<i>Олена Омелянівна Мороз, Тетяна Олександрівна Джокуш, Лю Ліцзянь</i> УКРАЇНСЬКО-КИТАЙСЬКЕ ІННОВАЦІЙНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО У СФЕРІ ЕКОНОМІКИ ТА НАУКИ	2449
<i>Ірина Вікторівна Романець, Анастасія Павлівна Ткачук, Олександр Анатолійович Неприцький</i> ТРАНСКОРДОННЕ СПІВРОБІТНИЦТВО В КОНЦЕПЦІЇ ІНДУСТРІАЛЬНИХ ПАРКІВ В УКРАЇНІ	2452
<i>Анжеліка Володимирівна Солодка</i> МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА	2456
<i>Тетяна Миколаївна Білоконь, Василь Миколайович Даценко</i> ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СУДОВОГО КОНТРОЛЮ ЗА ДІЯЛЬНІСТЮ ПУБЛІЧНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ	2460
Секція менеджменту, маркетингу та економіки	
<i>Володимир Михайлович Семцов</i> ІНСТИТУЦІЙНІ ДИСФУНКЦІЇ У СФЕРІ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЮ ПРОДУКЦІЄЮ	2463
<i>Олена Валеріївна Чуmachenко, Лілія Миколаївна Бдагодир</i> СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ «КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ» ТА ЙОГО РОЛЬ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	2469
<i>Марія Олексіївна Самофалова</i> УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	2471
<i>Ольга Володимирівна Поляруш</i> РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ	2474
<i>Інна Вікторівна Сельська</i> РОЗВИТОК ГЕНДЕРНОЇ КУЛЬТУРИ ЗА КОРДОНОМ	2477
<i>Каріна Віталіївна Закревська</i> ПОМИЛКИ ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ТА СПОСОБИ ЇХ МІНІМІЗАЦІЇ	2480
<i>Ірина Олександрівна Пилипенко</i> ГЕНДЕРНА НЕРІВНІСТЬ У СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ	2483
<i>Діана Олександрівна Гладка</i> ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	2486
<i>Максим Валерійович Присяжнюк</i> ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У ВЗАЄМОДІЇ ВИКЛАДАЧІВ ТА СТУДЕНТІВ	2489
<i>Тетяна Сергіївна Костюк</i> ОСОБЛИВОСТІ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	2491
<i>Анна Валеріївна Вітюк</i> ПРОТИРІЧЧЯ РОЗВИТКУ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ	2494
<i>Олег Васильович Мороз</i> РЕТРОСПЕКТИВНІ ТА СУЧАСНІ УЯВЛЕННЯ ПРО ЗМІСТ ЗАГАЛЬНОЇ Т ЕОРІЇ КАПІТАЛІСТИЧНОГО РИНКУ	2497
<i>Лілія Миколаївна Благодир</i> ЗМІСТ КАТЕГОРІЇ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА» НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	2506
<i>Олена Валеріївна Штовба</i> НЕЧІТКІ ТЕХНОЛОГІЇ В БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТІ	2512
<i>Ірина Ігорівна Околіта</i> СОЦІАЛЬНИЙ ПАКЕТ ЯК БАЗОВИЙ ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ	2518

Катерина Петрівна Левашиова УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИ	2522
Вікторія Ігорівна Петрик УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ТА НАПРЯМИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ	2527
Юлія Вікторівна Сіденко ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ	2530
Юлія Леонідівна Нестерук ІННОВАЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	2533
Інна Володимирівна Зозуля ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА»	2535
Ірина-Маргарита Олександрівна Принь ПРИБУТОК ЯК ОСНОВНИЙ ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	2538
Ірина Олегівна Тисячук ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	2541
Леонід Миколайович Несен, Світлана Олегівна Олійник ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	2544
Олексій Романович Щерба ІДЕОЛОГІЯ РЕФОРМАЦІЇ ТА РЕАЛІЇ СУЧАСНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СОЦІУМУ	2548
Наталія Петрівна Карачина ЕТИМОЛОГІЯ ТА РОЗВИТОК ТРАКТУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ «БРЕНД»	2551
Любов Сергіївна Філатова ПОВЕДІНКОВО - ВЕКТОРНА ВЗАЄМОДІЯ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ	2555
Секція фінансів та інноваційного менеджменту	
Аліна Олександрівна Сторчак ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ	2560
Віра Олександрівна Заграй МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ	2563
Анастасія Валеріївна Столярчук КЛАСИФІКАЦІЯ ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА	2566
Василь Григорович Фурик ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	2569
Ірина Юрійівна Єніфанова СТРАТЕГІЧНІ КАРТИ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ	2575
Олександр Григорович Цвик КРЕДИТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	2579
Михайло Юрійович Дзюбо ІННОВАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	2583
Діана Олександрівна Гладка МЕТОДИКИ АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	2586
Олена Анатоліївна Бардадин ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	2588
Олена Стемблевська МЕТОДИКИ АНАЛІЗУ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	2591
Олександр Едуардович Слободянюк ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ВІННИЦЬКОГО РЕГІОНУ	2594
Наталія Олегівна Коваль СИСТЕМА РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ	2597
Наталія Олександрівна Оранська МІСЦЕ КОНТРОЛІНГУ В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ	2600
Ірина Олександрівна Никодюк ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	2603
Яна Васиївна Рожик ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ	2606
Крістіна Русланівна Траченко ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА	2609
Оксана Олександрівна Глінчук ОСОБЛИВОСТІ ВЕНЧУРНОГО ІНВЕСТИВАННЯ В УКРАЇНІ	2612
Вікторія Сергіївна Гуменюк ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРИБУТКОВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ	2615
Віталій Володимирович Зянько ВЕНЧУРНЕ ІНВЕСТИВАННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	2618
Вікторія Андріївна Кривошилова МЕХАНІЗМ ПОПЕРЕДЖЕННЯ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	2620
Анжеліка Володимирівна Солодка МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА	2624
Альбіна Юрійівна Савчук ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА І ЙОГО ФОРМУВАННЯ	2628
Галина Володимирівна Палій УПРАВЛІННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ	2631
Анастасія Ігорівна Хомчук, Наталія Олегівна Коваль ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ЗАЛУЧЕНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	2634
Катерина Сергіївна Тітова ОСОБЛИВОСТІ КУРСОВОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛЬНОСТІ ВАЛЮТНОГО КУРСУ ГРОШОВОЇ ОДИНИЦІ	2637
Діана Олександрівна Гладка ПОТЕНЦІАЛ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ВІННИЦЬКОГО РЕГІОНУ	2640
Секція управління інформаційною безпекою та консолідованими інформаційними ресурсами	
Марина Вікторівна Мигидин ВДОСКОНАЛЕННЯ СТЕГАНОГРАФІЧНОГО МЕТОДУ КУТТЕРА-ДЖОРДЕНА-БОССЕНА В РАСТРОВИХ ЗОБРАЖЕННЯХ ЗА РАХУНОК ПІДВИЩЕННЯ ПРОПУСКНОЇ ЗДАТНОСТІ	2643
Анастасія Андріївна Каишанова НАВЧАННЯ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 125 «КІБЕРБЕЗПЕКА»: ПОГЛЯД ПЕРШОКУРСНИКІВ	2646
Василь Васильович Карпінєць МЕТОД ВИЗНАЧЕННЯ ПРИДАТНИХ ОБЛАСТЕЙ ВЕКТОРНИХ ЗОБРАЖЕНЬ ДЛЯ ВБУДОВУВАННЯ ЦВЗ	2649
Марія Володимирівна Коломієць РОЗРОБКА ПРОГРАМИ АВТЕНТИФІКАЦІЇ ЗА ГОЛОСОМ ДЛЯ СИСТЕМ БЕЗПЕКИ	2651
Марія Вікторівна Чернецька ВИЯВЛЕННЯ АГЕНТІВ ЗАГРОЗ КОНФІДЕНЦІЙНОСТІ НА ОСНОВІ МНОЖИНИ СПІЛЬНОТ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ	2653
Анатолій А. Шиян ФАКТОРИ ЗАГРОЗ ІНФОРМАЦІЙНІЙ БЕЗПЕЦІ СУСПІЛЬС-ТВА ВІД СУЧАСНОГО СТАНУ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ	2655
Ігор Валерійович Заступ, Анатолій Антонович Шиян МОДЕЛЬ ДЛЯ РОЗРАХУНКУ ІНТЕГРАЛЬНОЇ ХАРАКТЕРИСТИКИ СТОХАСТИЧНОГО ГРАФА ВЕЛИКОГО РОЗМІРУ	2658
Сергій Васильович Коломієць АНАЛІЗ СУЧАСНИХ МЕТОДІВ АУТЕНТИФІКАЦІЇ У ХМАРНИХ ВЕБ-ПЛАТФОРМАХ	2661
Ганна Максимівна Юдіна ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ЗАХИСТУ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ ПІДПРИЄМСТВА ЧЕРЕЗ ГЛОБАЛЬНУ МЕРЕЖУ	2663
Лілія Олександрівна Нікіфорова ВИЯВЛЕННЯ АГЕНТІВ ЗАГРОЗ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ НА ОСНОВІ ПОКАЗНИКІВ МОТИВАЦІЇ	2666

XLVI Науково-технічна конференція факультету менеджменту та інформаційної безпеки

Оргкомітет

Голова оргкомітету

М. І. Небава, ВНТУ, Україна

Заступник голови оргкомітету

А. О. Азарова, ВНТУ, Україна

Члени оргкомітету

О. В. Мороз, ВНТУ, Україна

О. О. Мороз, ВНТУ, Україна

О. М. Роїк, ВНТУ, Україна

Ю. Є. Яремчук, ВНТУ, Україна

О. Й. Лесько, ВНТУ, Україна

В. В. Зянько, ВНТУ, Україна

Секції

Пленарне засідання

Секція економіки підприємства та виробничого менеджменту

Секція менеджменту з інформаційної діяльності

Секція підприємництва і фінансової діяльності

Секція менеджменту, маркетингу та економіки

Секція фінансів та інноваційного менеджменту

Секція управління інформаційною безпекою та консолідованими інформаційними ресурсами

ВПЛИВ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА НА ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В даній статті розглянуто основні фактори конкурентоспроможності підприємства, виділяються деякі загальні ознаки, на основі яких здійснюється групування факторів конкурентоспроможності підприємства. Розглядається роль кадрового ресурсу в забезпеченні конкурентоспроможності та основні проблеми кадрового забезпечення і його вплив на розвиток підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, кадрове забезпечення, персонал, людський капітал, інвестиції в людський капітал

Abstract

This article describes the main factors of competitiveness of the enterprise, highlights some common features, on the basis of which the grouping of the factors of competitiveness of the enterprise. Examines the role of human resources in competitiveness and major problems of staffing and its impact on the development of the enterprise.

Key words: competitiveness, human resources, personnel, human capital, investment in human capital

За умов глобалізації місце та роль будь-якого підприємства в світовій економіці стали залежати безпосередньо від його спроможності виробляти, споживати і застосовувати нові знання і технології. За таких обставин спостерігається посилення конкуренції за рівнем кваліфікації працівників. В умовах технічної революції на сьогодні стає актуальною проблема скорочення попиту на некваліфіковану робочу силу і зростання на кваліфіковану, на тих працівників, які здатні до освоєння нових знань і підвищення своєї кваліфікації та навіть перенавчання.

Для досягнення конкурентоспроможності підприємству потрібно мати переваги не тільки за рахунок лідирування за витратами або за ціною, але й за впровадженням нових ідей, як у виробничу сферу так і в управління, стратегічний розвиток.

Тому для сучасного промислового підприємства проявляється необхідність в проведенні економічного дослідження комплексу елементів з управління персоналом і виявлення місця та ролі людини в умовах сучасного виробництва. Дана теза і визначає необхідність аналізу питань кадрового забезпечення підприємства як фактору його конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність – поняття відносне, і не є безпосередньою власно-якісною характеристикою підприємства, а це означає, що конкурентоспроможність може бути оцінена тільки в рамках групи підприємств, які відносяться до однієї галузі, або які випускають аналогічні товари. До того ж, конкурентоспроможність не є сталою характеристикою підприємства. Ті переваги і фактори, які забезпечують конкурентоспроможність підприємству сьогодні, можливо вже завтра не зможуть бути перевагами.

Загалом, фактори, що визначають конкурентоспроможність підприємства, досить багаточисельні та різноманітні, що вимагає необхідності їх класифікації, причому різний перелік характеристичних показників які можуть використовуватись при розгляді конкурентоспроможності підприємства, що наводяться різними авторами, дає можливість зробити висновок, що різноманітність підходів до вибору факторів та показників визначається, насамперед, різними цілями і задачами, які постають перед дослідниками.

На думку А. Томпсона та А. Стрікланда ключовими факторами успіху в конкурентній боротьбі можна виділити такі як: технологічні (пов'язані з вдосконаленням продукції та виробничих процесів); виробничі (витрати на виробництво та рівень якості продукції); фактори розподілу (доставка та збут продукції); маркетингові (асортимент, просування, сервісне обслуговування); кваліфікаційні (знання які стосуються розробки нових видів продукції); організаційні можливості (адаптивність та гнучкість структури управління); інші (імідж, інтелектуальна властивість тощо) [1].

Р. Фатхутдінов до факторів конкурентоспроможності підприємства відносить [2]: розвиток та

наявність власних науково-дослідних розробок, наявність передових технологій; платоспроможність основних споживачів, систему формування попиту та стимулювання збуту; рівень технічного обслуговування виробництва; фінансовий стан підприємства.

М. Портер запропонував класифікувати фактори що надають переваг в конкурентній боротьбі за окремими групами та типами [3]. Перша група – це ресурсні умови та інфраструктура, друга група – це умови попиту і до третьої групи відноситься наявність пов'язаних та підтримуючих галузей. Для даного дослідження найбільш цікавою є перша група факторів, в якій науковець виділив декілька типів відповідних факторних умов: основні та розвинуті; загальні та спеціалізовані; природні та штучно створені. До основних факторів М. Портер відносить природні ресурси, кліматичні умови, некваліфіковану та напівкваліфіковану робочу силу, активи тощо. Розвинуті фактори – це сучасна інфраструктура обміну інформацією на підприємстві, висококваліфіковані кадри та дослідні відділи.

Традиційно фактори, які визначають конкурентні можливості підприємства, поділяють на зовнішні, прояви яких мало залежать від підприємства, і внутрішні, які в основному визначаються керівництвом підприємства [4].

На думку ряду авторів [5, 6, 7] до числа внутрішніх факторів конкурентоспроможності підприємства відносять: конкурентоспроможність результату виробництва (за споживчими та вартісними параметрами); виробничі можливості підприємства, які обумовлені техніко-організаційним рівнем розвитку підприємства; якість управління; фінансово-економічний стан підприємства; ризики господарської діяльності; характеристики кадрового складу.

Загалом, на нашу думку, можна виділити деякі загальні ознаки, на основі яких здійснюється групування факторів конкурентоспроможності підприємства:

- фінансово-економічний стан підприємства;
- техніко-організаційний рівень розвитку підприємства;
- характеристика процесу просування і реалізації продукції;
- кадрове забезпечення;
- людський капітал (або рівень інвестування в людський капітал);
- інтелектуальний капітал (або ступінь використання інтелектуального капіталу підприємства) [8].

При цьому необхідно відмітити, що підходи до оцінки фінансово-економічного стану, техніко-організаційного рівня розвитку підприємства, характеристик процесу просування і реалізації продукції у відповідному наборі показників є достатньо опрацьованими. Однак показники які пов'язані з кадровим забезпеченням не повністю характеризують стан підприємства в даному напрямку, а показники таких факторів як рівень інвестування в людський капітал і ступінь використання інтелектуального капіталу підприємства поки що взагалі чітко не виділені і не опрацьовані. Оцінювання якості робочої сили, відповідно до міжнародної практики здійснюється як середньозважена величина, що складається з трудового законодавства і тарифного узгодження: трудової дисципліни і ставлення до праці; відношення між рівнями продуктивності праці і середньою заробітною платою; між рівнем кваліфікації працівників.

В Україні серед названих показників позитивно характеризується лише один – рівень кваліфікації працівників, але він не є максимальним. Найнижчим є показник, який відображає співвідношення між рівнями заробітної плати і продуктивністю праці.

Однак на сучасному етапі розвитку соціально-економічних відносин суттєво змінюється ставлення до ролі кадрового ресурсу в забезпеченні підприємства. Сучасне управління відмічає кадровий ресурс як основний ресурс підприємства, який визначає ефективність використання інших ресурсів, і, врешті-решт, конкурентоспроможність підприємства. Досвід роботи успішних вітчизняних підприємств свідчить, що успіхи в роботі часто залежать від якості управління кадровим ресурсом, який є основним носієм людського капіталу організації. З іншого боку, на більшості підприємств управління кадрами залишається слабкою ланкою в загальній системі управління підприємством. Вітчизняні підприємства стикаються з великою кількістю проблем кадрового забезпечення, найбільш вагомими з яких такі:

- орієнтація на короточасні результати діяльності, відсутність на підприємствах комплексних довгострокових планів, що призводить до появи проблем в реалізації функцій перспективного кадрового планування, оцінювання потреби в персоналі з врахуванням планів розвитку підприємства, динаміку зміни професійного складу та інші параметри.

- непередготовленість підприємств до змін попиту на продукцію, появи на ринку високотехнологічної та конкурентоспроможної продукції. Власні дослідження та розробки на підприємствах скорочуються, і основним резервом залишаються минулі напрацювання та, частково, неформальні особисті контакти які підтримують зв'язок між наукою та виробництвом. Це призвело до незатребуваності професійних знань висококваліфікованих інженерно-технічних працівників, та обумовило значні втрати в складі саме цих професійних груп на підприємствах. Відновлення унікальних колективів спеціальних конструкторських відділів, окремих дослідно-експериментальних виробництв до попереднього рівня вже практично неможливе або є надзвичайно складним завданням для керівництва промислового підприємства.

- негативні наслідки сформованої динаміки зміни чисельності та професійно-кваліфікаційного складу працівників підприємств що пов'язується з періодичними кризами розвитку економіки в державі. Протягом тривалого часу керівники промислових підприємств вказують на проблему відсутності на ринку праці кваліфікованих кадрів як на проблему розвитку виробництва. Звільняючись з підприємства висококваліфіковані працівники "забирали" з собою особистий людський капітал – знання та навички, на відновлення яких на підприємстві потрібен значний час та кошти, і спеціальна система професійної освіти пов'язана з конкретним підприємством.

- втрата престижу промислових підприємств, а також зайнятості в сфері промислового виробництва призвело до зниження соціальної значимості та привабливості робітничих і інженерних професій. Натомість непропорційно зросла кількість слабопідготовлених економістів, менеджерів та юристів, які, до того ж, не можуть реалізуватись на ринку праці. Окрім цього, існуюча система підготовки кадрів, за наявності системних проблем з професійною освітою, не забезпечує потреби ринку праці та не відповідає майбутнім техніко-технологічним змінам у виробництві.

- зниження трудової мотивації працівників. В основу системи мотивації, на сьогоднішній день, закладають мотив заробітку, а також мотив гарантованої зайнятості, що різко знижує бажання працівника підвищувати свій кваліфікаційний рівень, отримуючи нові знання та навички і формуючи на цій основі як особистий людський капітал, так людський капітал організації в якій працює.

Такий аналіз основних тенденцій в галузі забезпечення підприємств кадровим ресурсом дозволяє сформулювати практичну проблему, яка полягає в тому, що роль кадрової забезпеченості як одного з факторів який визначає конкурентоспроможність підприємства, в сучасній практиці господарювання часто недооцінюється. Традиційні підходи до вивчення характеристик кадрового ресурсу в яких використовуються тільки об'єктивні ознаки оцінювання, такі як середньоспискова чисельність персоналу, розподіл працівників за стажем роботи, плинність кадрів, продуктивність праці та інші, недостатньо представляють сутність даного фактору, як елемента конкурентоспроможності. Тому це призводить до того, що прийняття стратегічних рішень в напрямку освоєння нових видів продукції, переходу на іншу технологію виготовлення продукції, підтримка науково-дослідних робіт та інших заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності підприємства, може здійснюватися в умовах невизначеності та ризику через недостатність інформації про наявність визначених ознак кадрового ресурсу, які не відображаються в стандартній статистичній звітності. Тому на підприємстві необхідно переходити від процесу кадрового забезпечення до процесу формування людського капіталу на основі відповідних потреб у персоналі і доцільності його розвитку. При цьому необхідно враховувати відданість персоналу своєму підприємству, рівень задоволеності працею, відношення до праці, базовий мотив до праці, рівень реалізації професійних здібностей в процесі праці, трудову мобільність та деякі інші.

В результаті підприємство отримує інформацію про дійсно ключові фактори людських ресурсів і має можливість моделювання їх змін, що позитивно відгукується на процесі обґрунтування «придатності ресурсів» в стратегічному управлінні кадровим ресурсом і дозволяє аналізувати придбання, розвиток і утримання людського капіталу підприємства для досягнення конкурентної переваги.

Інвестиції в людський капітал організації розвивають одночасно індивідуальний людський капітал і людський капітал підприємства. Причому саме організація повинна визначати, які компоненти капіталу є корисними саме для діяльності працівника в даному підприємстві, враховуючи, що капіталовкладення в персонал підприємства, формують лише його здатність до праці, не створюючи нову вартість і навіть не зберігаючи наявну.

Інвестування в людський капітал передбачає отримання для інвестора визначених переваг, як для себе особисто, так і для третіх осіб. Для працівника – це підвищення рівня доходів, більше

задоволення від роботи, покращення умов праці, зростання самоповаги. Для роботодавця – підвищення продуктивності, скорочення втрат робочого часу і ефективності праці, що в решті-решт сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

Отже підприємства повинні самостійно здійснювати інвестиції в спеціальний людський капітал, безперервно відтворюючи ситуацію двосторонньої монополії (коли працівник тримається за робоче місце, бо його підготовка відповідає тільки конкретному робочому місцю, а підприємство утримує працівника, бо на ринку праці відсутній такий специфічний ресурс). В процесі такого відтворення відбувається вузька спеціалізація, передача навиків, знань, підвищення кваліфікації, просування по службі [9]. Відтворюються фактори, які дозволяють не тільки збільшити людський капітал, але і закріпити працівника в колективі конкретного підприємства.

В. Лукашевич вказує, що процес інвестування в людський капітал організації можна поділити на такі етапи: витрати на профорієнтацію; витрати на пошук і найм персоналу; витрати на персонал в період адаптації; витрати на персонал в період накопичення потенціалу; витрати на персонал в період досягнення професіоналізму; витрати на персонал в період навчання, підвищення кваліфікації; витрати на персонал в період капіталізації знань внаслідок підвищення кваліфікації; витрати на персонал в період зниження і «морального старіння» професіоналізму [10].

Загалом найбільш вагомою статтею витрат на персонал є інвестиції в підвищення кваліфікації працівників, в їх розвиток і просування за службовими сходами. Зростання інформації, змінні технології виробництва, жорсткі умови ринку, конкуренція, - все це чинники, які спонукають підприємства, охочі утриматися на «хвилі успіху», постійно удосконалювати знання і навики своїх працівників.

Кадрова забезпеченість висококонкурентного підприємства, з одного боку, має задовольняти потреби підприємства у визначеному професійно-кваліфікаційному складі працівників на поточний період часу, а з іншого, володіти високим ступенем гнучкості, тобто своєчасно і швидко реагувати на зміни ситуації на підприємстві, щоб забезпечити його потреби в майбутньому. Розглядати кадрову забезпеченість підприємства та його кадровий ресурс було б доцільно через призму формування людського капіталу підприємства та його інтелектуального капіталу, як сукупності окремих, однак взаємопов'язаних факторів конкурентоспроможності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – М., 1998. – 576 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
3. Портер М. Конкуренция / Майкл Портер, [Пер. с англ.]. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2002. – 496 с.
4. Зайцева Л.О. Класифікація факторів конкурентоспроможності підприємства / Л.О. Зайцева // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. – 2012. - № 8 (179). – С. 293-300.
5. Причепя І.В. Пріоритети формування конкурентних переваг підприємства в умовах глобалізаційних перетворень [Текст] / І. В. Причепя // Поведінкові засади розвитку підприємств в контексті менеджменту: генезис і перспективи : матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції, 22–23 травня 2014 р. – Вінниця : ФОП Рогальська І. О., 2014. – С. 83-86.
6. 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.
7. Нікіфорова Л. О. Модель для розрахунку рівня вмотивованості працівників для участі в діяльності колективу [Текст] / Л. О. Нікіфорова, А. А. Шиян // Збірник наукових праць Х Міжнародної науково-практичної конференції «Спецпроект: аналіз наукових досліджень», 23-24 травня 2016 р. – Київ-Дніпропетровськ, 2016. – С.18-21.
8. Кавецький В. В. Конкурентоспроможність і людський капітал промислового підприємства / В. В. Кавецький // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2008. - № 3. - Т. 3. - С. 54-61.
9. 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.
10. Лукашевич В.В. Основы управления персоналом. Учебное пособие / В.В. Лукашевич – М.: КНОРУС, 2007. – 232 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.

УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ ПРИЧИН ТА НАСЛІДКІВ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено сучасний стан трудової міграції в Україні. Розглянуто основні причини трудової міграції. Визначено основні позитивні та негативні наслідки трудової міграції.

Ключові слова: трудова міграція, безробіття, причини трудової міграції, наслідки трудової міграції.

Abstract

The current state of labor migration in Ukraine. The main reasons for migration. The main positive and negative effects of migration.

Keywords: labor migration, unemployment, the causes of migration, the impact of labor migration.

Вступ

Проблемою українського ринку праці є надмірна трудова міграція. Економіко-політична криза, військовий конфлікт на сході, анексія Криму змушують тисячі громадян України шукати кращого життя. На трудову міграцію за кордон наважується все більше українців, які надають перевагу роботі в країнах-членах ОЕСР (Організації Економічного Співробітництва та Розвитку).

Питання пов'язані з трудовою міграцією є актуальними для України і досліджуються такими науковцями як О. Ляшенко, Ю. Шампанюк [1], В. Мовчан, О. Шумило, А. Філіпенко та багатьма іншими.

Через економічну кризу останніх років рівень зовнішньої трудової міграції значно виріс. Згідно даних Міжнародної Організації з Міграції (МОМ ООН) у 2014-2015 рр., за кордоном в якості трудових мігрантів перебували 700 тис. громадян України, близько 310 тис. осіб мали намір мігрувати в найближчий час. За різними оцінками статистичних даних в зарубіжних державах нараховується від 8,2 млн. до 20 млн. трудових мігрантів з України. Більшість трудових мігрантів (71%) належать до вікової групи 18-44 роки. Українські мігранти, які проживають у розвинених державах, становлять близько 1,51% усього українського населення, що є високим показником у порівнянні з іншими країнами світу. Значний відсоток серед мігрантів складає молодь. Так, серед громадян віком 15-70 років, які шукали роботу закордоном, у 2016 році кожен третій був молодістю віком 15-29 років [2, 3].

Зміни, які постійно відбуваються в сфері трудової міграції викликані різними причинами.

Економіко-політична криза 2013-2014 років та військовий конфлікт на сході України нанесли нищівний удар по економіці України. ВВП зменшився у 2014 році на 28,1%, а в 2015 році – ще на 31,3%. За абсолютними показниками країна була відкинута на 10 років назад. Скорочення виробництва призвело до зростання безробіття. У 2015 році роботи не мали 1654 тис. осіб, або кожний десятий з економічно активного населення. Протягом 2014-2016 років інфляція зросла на 24,9%, 43,3% та 12% відповідно. Основним драйвером зростання цін у 2016 році стало підвищення комунальних тарифів. Тарифи на газ, електроенергію, гарячу воду з опаленням зросли на 42%, 60% та 88% відповідно. Разом із тим скоротилася реальна зарплата – у 2014 році на 6,5%, а в 2015 році на 20,2% [4].

Усе це неминуче спричинило зuboжіння значної частини населення. Відповідно, основні показники бідності повернулися та навіть перевищили рівень 2005 року. З'явилася нова категорія бідних – вимушені переселенці [5]. Військовий конфлікт започаткував таке явище, як воєнні біженці. За даними статистики Євросоюзу, в 2013 році в країнах ЄС просили притулку 1055 українців, у 2014 році - 14 050. Згідно з дослідженням, проведеним в 2015 році агентством GfK Ukraine, в найближчому майбутньому 8% (3 млн) наших співгромадян планують влаштуватися на роботу в іншій країні. 30% опитаних шукають місця в Польщі, 19% - в Італії, 15% - в США, 12% - в Росії, 11%

- у Канаді. Для порівняння, в 2007 році всього 7% опитаних українців збиралися працювати в Польщі [6].

Станом на 1 січня 2017 року в Україні майже півмільйона (429 тис. осіб) офіційних безробітних. Якщо взяти до уваги, що в Україні на 1 січня 2017 року проживає 42 738 070 людей, а працездатних набагато менше, то показник офіційного безробіття в Україні у січні 2017 року підвищився на 0,1 процентний пункт до 1,6%. Навантаження зареєстрованих безробітних на 10 вільних робочих місць (вакантних посад), становить 91 особу. Потреба роботодавців у працівниках на заміщення вільних робочих місць (вакантних посад) – 47,4 тис. осіб, а це всього 11,4% від загальної кількості безробітних. Відсоток працевлаштування становить і того менше - 3,9 % [4]. Необхідно пам'ятати, що данні про офіційне безробіття – це не цілісна картина, оскільки не всі громадяни, з різних на то причин, реєструються у службі зайнятості. Ситуація на ринку праці залишається напруженою та характеризується скороченням зайнятості та зростанням безробіття.

Слабке верховенство закону та корупція завдають великої шкоди вітчизняній економіці. Неурядова міжнародна організація по боротьбі з корупцією та дослідженню рівня корупції по всьому світу Transparency International оприлюднила результати нового Індексу сприйняття корупції 2016. 130 місце з 160 позицій - такі показники України в нинішньому Індексі сприйняття корупції (Corruption Perceptions Index) від Transparency International. Україна в черговий раз опинилася на одному рівні з Іраном, Камеруном, Непалом, Нікарагуа і Парагваєм як одна з найбільш корумпованих країн світу. Адже, незважаючи на "зміну фасаду", Україна продовжує тупцювати на місці [7].

Ще однією вагомою причиною є проблема умов ведення бізнесу. Необхідно зробити все можливе і неможливе для ліквідації безмежної корупції та бюрократії в органах виконавчої влади та місцевого самоврядування [8].

Визначальною рисою вітчизняних трудових мігрантів є достатньо високий рівень освіти і професійний досвід. За останніми даними, Україна посідає десяте місце у світі за чисельністю високоосвічених емігрантів, які проживають у країнах-членах ОЕСР. Той факт, що за кордоном трудові мігранти працюють як правило не за фахом, не є фактором, що стримує міграцію. Кваліфіковані фахівці в різних сферах діяльності, освічені люди, на підготовку яких витрачені значні, переважно державні кошти, не почувають себе соціально захищеними та не можуть реалізувати себе у власній країні, це головна проблема для нашої держави.

Отже, можна стверджувати, що основні причини, які змушують українців їхати працювати за кордон, полягають у складній соціальній, економічній та політичній ситуації, яка спричинена, в першу чергу, корупцією на всіх рівнях влади, довготривалому безробіттю та низькому попиту на окремі спеціальності, невідповідності рівня заробітної плати фактичній вартості життя, низькому рівні оплати праці кваліфікованих працівників, відсутності соціальних гарантій, монопольному становищу роботодавців, які зацікавлені у збереженні низької оплати праці, несприятливих умовах для започаткування та ведення власного бізнесу. До тих пір, поки влада не забезпечить зрозумілі і прозорі правила гри в Україні, тренд "витоку мізків" триватиме. Разом з тим, зростання попиту на низькокваліфіковану працю у більшості країн Європи, які не задовольняються власною робочою силою та значно вищий рівень оплати праці, ніж в Україні, сприяє подальшому поширенню нелегальної трудової міграції.

Є зрозумілим, що дохід трудових мігрантів, який є як мінімум у чотири рази вищими, ніж в Україні, безперечно відноситься до позитивних наслідків трудової міграції. Також до позитивних наслідків трудової міграції відноситься зменшення напруги на вітчизняному ринку праці. І саме головне, трудові мігранти перераховують величезні кошти з-за кордону для своїх родин, або відкладають ці кошти, щоб невдовзі в тому чи іншому вигляді інвестувати їх в українську економіку. У 2013 році Національний банк України (НБУ) зафіксував дуже велику суму переказів – близько 8,5 млрд дол. Проте, у 2014 та 2015 роках офіційна статистика від НБУ зафіксувала зменшення цього показника у 2014-му – на 2 млрд дол., а в 2015-му – ще на 1 млрд. Таке зниження рівня переказів можна пояснити появою низки обмежувальних заходів у валютній політиці всередині України, завдяки якій громадяни почали використовувати нелегальні способи грошових переказів.

За умов розбудови сприятливого бізнес-клімату для розвитку МСП, кошти трудових мігрантів можуть стати рушієм реформ та змін в економіці України. Замість того, щоб обмежувати рух капіталів та намагатися оподатковувати кожну зароблену копійку трудового мігранта, держава повинна створити умови для легалізації капіталів, їх збереження та примноження з користю для вітчизняної економіки. За даними Міжнародної організації із міграції, кожен п'ятий мігрант готовий інвестувати

кошти не лише в свою родину, але й у діяльність місцевої громади, звідки він і помандрував у пошуках більших заробітків [9].

В той же час необхідно враховувати і негативні наслідки трудової міграції, до яких відносяться: поступова втрата найпродуктивнішої частини робочої сили (молоді, науковців, фахівців) України, марні витрати державних коштів на підготовку фахівців, які в результаті змушені реалізовувати свої здібності та створювати додаткову вартість за кордоном, втрата кваліфікації трудовими мігрантами, які працюють не за спеціальністю, погіршення демографічної ситуації, розпад сімей, проблема соціального «сирітства», дискримінація та експлуатація трудових мігрантів, тощо.

З 1 січня 2016 року вступив у дію Закон України «Про зовнішню трудову міграцію», яким врегульовано основні правові аспекти легального працевлаштування українців за кордоном. Проте, правами українських трудових мігрантів продовжують нехтувати, а результати реформ не сприяють поверненню громадян до України. Утримати в країні або повернути громадян до України допоможуть соціальні, економічні та політичні реформи, якщо вони будуть дійсно захищати інтереси громадян України та будуть реалізовані на ділі, а не на словах. Переваги від повернення трудових мігрантів в Україну є беззаперечними, оскільки сприяють поверненню фінансового і людського (досвід, навички, знання, методи ведення бізнесу, нові ідеї, громадська культура та цінності відкритого та прогресивного суспільства) капіталу.

Висновки

Трудова міграція є індикатором реакції населення на зміни в соціальному, економічному та політичному житті країни. Розмір, напрямки та масштаби трудової міграції свідчать про стабільність або навпаки про нестабільність в цих сферах. Україна переживає бум трудової міграції. Сьогодні Україна виступає постачальником за кордон переважно інтелектуальної, висококваліфікованої й водночас дешевої робочої сили. В складі працівників-мігрантів частка фахівців та молоді постійно збільшується. Якщо влада зацікавлена у зниженні масштабів трудової міграції українців, то для успішної роботи в цьому напрямку необхідно, в першу чергу, встановити гідну заробітну плату, яка зможе забезпечити нормальні умови життя громадян, відновити соціальні гарантії, можливість самореалізації та забезпечити сприятливі умови для ведення бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Особливості трудової міграції України / О. М. Ляшенко, Ю. І. Шампанюк // Молодий вчений. - 2016. - № 4. - С. 121-1.
2. Дьомочко М. Чи повернуться закордонні українці в Україну? [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://global-ukraine-news.org/2016/11/07/chy-povernutsya-zakordonni-ukrayintsi-v-ukrayinu>. – Назва з титул. Екрану.
3. Національний банк України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/control/uk/index>– Назва з титул. Екрану.
4. Державна служба статистики [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>– Назва з титул. Екрану.
5. Струченков О. Динаміка бідності в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://commons.com.ua/ru/dynamika-bidnosti-in-ua/>– Назва з титул. Екрану.
6. Офіційний сайт агентства GfK Ukraine [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.gfk.com/uk-ua/>– Назва з титул. Екрану
7. Transparency International Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ti-ukraine.org/corruption-perceptions-index-2014/press-release.html>
8. Лесько О. Й. Дeregуляція підприємницької діяльності та покращення умов ведення бізнесу в Україні / Лесько О. Й., Глущенко Л. Д., Мещерякова Т. К. // Вісник Вінницького політехнічного інституту. - Вінниця.: ВНТУ, 2016. - Вип. 1 (2016). - С. 58 - 64.
9. Радчук О. У пастці економічної безвиході: нові ризики трудової міграції для України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.slovoidilo.ua/2016/06/15/kolonka/aleksandr-radchuk/ekonomika/u-pastci-ekonomichnoyi-bezvuxodi-novi-ryzyky-trudovoyi-mihracziyi-dlya-ukrayiny>. - Назва з титул. Екрану.

Глущенко 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.

Особливості розробки методики економічного обґрунтування інноваційних розробок

Вінницький національний технічний університет

Анотація. В роботі проведено аналіз особливостей методики економічного обґрунтування інноваційних розробок. Здійснено обґрунтування етапів методики економічного обґрунтування інновацій. Запропоновано напрямки практичної реалізації розробленої методики в контексті застосування ЕОМ.

Ключові слова. інновація, показники, техніка, рішення, методика, аналіз, економічне обґрунтування, модель.

Abstract. In the work the analysis of features of the methods of economic substantiation of innovations. The justification stages of the methods of economic substantiation of innovations. Directions of practical implementation of the developed methodology in the context of the use of computers.

Keywords: innovation, performance, technology, solution, methodology, analysis, economic justification, model.

Сучасний розвиток національного господарства України можливий лише за умов ефективного оновлення виробничого потенціалу на основі новітніх технологій. Тому сучасна освіта намагається виховати фахівця, рішення та ідеї якого дозволяють забезпечити прогрес у виробничій та невиробничій сферах сучасного підприємства, підвищити конкурентоспроможність продукції та послуг і, як наслідок, досягти економічних і соціальних цілей, визначених окремими підприємствами та державою в цілому.

Особливу увагу під час ведення інноваційної політики підприємством необхідно звертати на техніко-економічне обґрунтування тих чи інших інноваційних рішень. Адже нові ідеї повинні враховувати не лише технічну сторону науково-технічного прогресу, а ще й бути економічно обґрунтованими, оскільки перспективні прибутки від впровадження інноваційних рішень повинні перевищувати витрати, пов'язані з їх реалізацією.

Вибір інноваційних проектів повинен ґрунтуватися не тільки на науковій значущості отриманих результатів, але і враховувати наявні технологічні можливості виробничих підприємств і можливість реалізації інноваційної продукції на ринку.

Інноваційний проект розвивається від моменту виникнення бізнес-ідеї – наукової ідеї, науково-дослідної роботи, що має ринковий потенціал, до постановки на виробництво і проходить різні технічні стадії (НДДКР, дослідний зразок, серійний зразок тощо).

Ідея інноваційного проекту виникає у однієї людини або в рамках ініціативної групи, проект проходить різні організаційні стадії і закінчується постановкою на виробництво, коли взаємостосунки розробників і промислових партнерів визначаються договором участі в реалізації проекту. Проект може виконуватися і ініціативною групою, і підрозділом організації, і окремою організацією, і групою організацій, і організацією-розробником спільно з промисловим партнером.

Інноваційний проект, як єдине ціле, характеризується стадією розвитку розробки (технічний аспект) і способом організації інноваційного процесу (організаційний аспект).

Мета оцінки інноваційного проекту може бути різною. Залежно від мети будуть різними очікувані результати і особливості побудови та застосування методики.

В основу формування моделі комплексної оцінки і моніторингу інноваційних ресурсів регіону пропонується використати міжнародні і вітчизняні методології, методи і методики.

Суть комплексної методики полягає у чіткій послідовності виконання вищезазначених процедур оцінки:

1. Аналіз ринку.
2. Оцінювання рівня якості інноваційного рішення.
3. Оцінювання конкурентоспроможності інноваційного рішення.
4. Калькуляція виробничої та повної собівартості інноваційного рішення.

5. Визначення ціни та критичного обсягу виробництва інноваційного товару (послуги).
6. Визначення експлуатаційних витрат у сфері використання інноваційного рішення.
7. Оцінювання економічної ефективності інноваційного рішення.

Лише чітке дотримання такого порядку дій і тісний зв'язок між компонентами, які є результатами розрахунків на відповідних етапах може дати відносно достовірний ефект під час здійснення економічної оцінки інноваційного рішення.

Оцінка інноваційних проектів (сукупності інноваційних проектів) наукових, науково-технічних, науково-освітніх, інноваційних установ, організацій і фірм, інноваційних колективів здійснюється на будь-якому етапі розвитку: від стадії науково-дослідних, дослідно-конструкторських робіт до постановки на виробництво на промисловому підприємстві.

Крім того, важливим практичним результатом є можливість за діяння методики із застосування ЕОМ і відповідних мов програмування. Це дозволить на основі введеної початкової інформації, яка якісно описує порівнювані інноваційні проекти, отримати розрахунки, що свідчитимуть про найефективніший.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Повод Т. М. Фінансові аспекти інноваційного розвитку України в контексті євроінтеграції: проблеми та перспективи / Т. М. Повод, А. С. Остапенко // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. пр. / голов. ред. М. І. Зверяков; Одеський нац. екон. ун-т. – Одеса, 2014. – Вип. 1 (52). – С. 135-139.
2. Гордійчук І.С. Інноваційне партнерство як ефективний інструмент реалізації інноваційної політики // Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні : VIII Міжнародний бізнес-форум (Київ, 19 березня 2015 р.) ; відп. ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 272 с. – С. 72-74.
3. Лесько О. Й. Інноваційні пріоритети сталого розвитку України за умов глобалізації [Текст] / О. Й. Лесько, І. В. Причепа // V-й Всеукраїнський з'їзд екологів з міжнародною участю : збірник наукових праць. – Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД». – С. 269–270.
4. Ратушняк О. Г. Управління інноваційними проектами на промислових підприємствах в сучасних умовах господарювання [Текст] / О. Г. Ратушняк, О. Г. Лялюк // Розвиток підприємництва в Україні: теорія, методологія та практика : колективна монографія / під редакцією О. О. Непочатенко. — Умань : Видавець «Сочінчський М. М.», 2017. — С. 218–224.
5. Кавецький В. В. Економічне обґрунтування інноваційних рішень [Текст] : практикум / В. В. Кавецький, В. О. Козловський, І. В. Причепа. – Вінниця : ВНТУ, 2015. – 113 с.
6. Кавецький В. В. Економічне обґрунтування інноваційних рішень [Текст] : навчальний посібник / В. В. Кавецький, І. В. Причепа, Л. О. Нікіфорова. – Вінниця : ВНТУ, 2016. – 137 с.
7. Методичні вказівки для підготовки та написання курсової роботи з дисципліни «Економічне обґрунтування інноваційних рішень» [Текст] : для студентів, що навчаються за спеціальностями: 7.05020101 – Комп'ютеризовані системи управління та автоматика; 7.05100101 – Метрологія та вимірювальна техніка; 7.05100401 – Лазерна та оптоелектронна техніка / уклад. : Л. О. Нікіфорова, В. В. Кавецький, О. О. Адлер. – Вінниця : ВНТУ, 2016. – 58 с.

Адлер Оксана Олександрівна, кандидат технічних наук, доцент кафедри ЕПВМ, Вінницький національний технічний університет, oksana_adler1983@ukr.net.

Сучасні можливості легальної міграції до країн Європейського союзу

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Здійснено аналіз стану легальної міграції з України. Розглянуто можливості легальної міграції до певних країн до Європейського Союзу. Визначено підстави, які надають можливості для тимчасового та постійного проживання в деяких країнах ЄС.

Ключові слова: міграція, легальна міграція, Європейський союз.

Abstract

The analysis of the state of legal migration from Ukraine. The possibilities of legal migration to certain countries in the European Union. Determined base, providing opportunities for temporary and permanent residence in some EU countries..

Keywords: migration, legal migration, the European Union.

Вступ

За останні 3 роки знизився відсоток українців, хто має сподівання на покращення економічного клімату всередині країни. В першу чергу, це пов'язано з подіями на сході, економічною кризою, корупційними скандалами, а також з реаліями життя в Україні. Стрімка девальвація гривні, безробіття, зростання цін та тарифів, проблеми в галузях охорони здоров'я та освіти, відсутність адекватної соціальної політики, у тому числі пенсійної реформи – всі ці чинники змушують співвітчизників замислитися над своїм теперішнім та майбутнім буттям.

Різні аспекти міграції та її видів досліджуються в працях таких вчених як О. Ляшенко, Ю. Шампанюк, В. Мовчан, О. Шумило, А. Філіпенко та інших.

Дуже багато громадян України які належать до різних вікових груп наразі розчаровані економічною ситуацією і не бачать перспективи на майбутнє в Україні, що змушує їх і шукати кращої долі в інших країнах.

Легальна міграція – це перетин міжнародних кордонів і перебування в країні на законних підставах. Такі мігранти в'їжджають до країни за наявності в'їзної візи або інших законних підстав, перебувають у країні протягом визначеного часу (за необхідності та наявності підстав термін перебування може бути продовжений).

Згідно дослідження, проведеного в рамках проекту МОМ у 2014-2015 рр., за кордоном перебувають для здійснення трудової діяльності близько 700 тис. громадян України. Країни які в першу чергу цікавлять трудових мігрантів, це – Польща, Чеська Республіка, Італія, Болгарія, Угорщина. На них припадає близько 80% загальних потоків короткострокових та довгострокових трудових мігрантів з України. Загалом із України у 2015 році на постійне місце проживання виїхали 11 345 осіб, а повернулися - 1687 осіб. За даними міграційної служби, громадянам України видали 11 345 дозволів на виїзд за кордон на постійне місце проживання. У тому числі 5 695 дозволів дорослим (за винятком пенсіонерів), 1 873 – дітям, і 3 777 – пенсіонерам [1].

За останні 3 роки чисельність громадян, які виїхали на навчання за кордон, значно збільшилася. За даними щорічного моніторингу, який здійснює аналітичний центр CEDOS, кількість українських громадян, які навчаються у закордонних університетах на денній формі навчання, у 2013/2014 становила 47724 особи. Найбільш з них кількість навчалися у Польщі (15 тис.), Німеччині (9 тис.), Росії (6 тис.), Канаді (2 тис.), Чехії (2 тис.), Італії (1,9 тис.), США (1,5 тис.), Іспанії (1,4 тис.), Франції (1,3 тис.), Великобританії (1 тис.) [2]. Кількість клопотань про притулок, поданих громадянами України в європейських державах, перевищила в 2015 р. 22 тис., що було на 30% більше, ніж 2014 р., і в понад 20 разів більше, ніж 2013 р. Найбільше таких клопотань подано в Італії, Німеччині, Іспанії та Польщі. Разом із тим, лише нечисленні українці отримали позитивні рішення за своїми зверненнями.

Держави, які є учасниками Європейського Союзу, та визнають основні особисті права людини, іммігрантам надають статус біженця на основі внутрішніх і міжнародних нормативних актів. Згідно з цим законодавством, допомога мігрантам, переслідуваних у країнах перебування, може бути надана у вигляді двох видів підтримки: надання статусу біженця та субсидований захист переслідування мігранта. У 2015 р. статус біженця в країнах Євросоюзу у відповідності до Женевської конвенції 1951 р. набули 415 громадян України, додаткову форму притулку за гуманітарними міркуваннями – 1150 осіб [3]. Причини міграції з України є зрозумілими, тому спробуємо розглянути можливості легальної міграції українців до деяких країн Європейського союзу.

Польща. На сьогоднішній день на першому місці серед країн, де охоче приймають наших співгромадян, знаходиться Польща. Це пов'язано з витоком власних громадян, частина яких емігрувала до Німеччини, Великобританії та Голландії. Українці прагнуть отримати «карту поляка» і виїхати жити до сусідів. Інтерес пояснюється просто: документ дає право легально працювати в Польщі без дозволу, займатися підприємництвом на тих же умовах, що і поляки, мати право на безкоштовне навчання та екстрену меддопомогу. Відзначимо також, що придбання нерухомості в Польщі не дає права на отримання посвідки на тимчасове проживання (ПТП).

Чехія. Ця країна завжди користувалася популярністю в якості вибору нового місця проживання завдяки безкоштовній вищій освіті, легкій для вивчення чеській мові та високому рівні життя. Найбільш поширеним видом бізнес-еміграції до Чехії є відкриття там юридичної особи - товариства з обмеженою відповідальністю. Крім того є можливість отримати вищу освіту. Чехія офіційно не видає робочі візи некваліфікованим трудовим мігрантам. Натомість є робота для дипломованих фахівців і кваліфікованих робітників з вищою освітою - вони можуть влаштуватися на роботу за так званою зеленою картою. Іноземні громадяни в Чехії можуть отримати мультівізу через підтверджуючі документи на власність, придбану в Чехії. Відповідно до чинного законодавства довгострокову візу надалі можна продовжити безпосередньо в Чехії на термін до двох років. При цьому в паспорт вклеюється дозвіл до проживання (Povolení k pobytu). Після 5 років проживання в Чехії іноземці можуть звернутися в поліцію у справах іноземців за видачею постійного виду на проживання (ППП).

Болгарія. Дозвіл на проживання (ПТП) в Болгарії називається статус «Тривале перебування». Статус дає право перебування в республіці на термін до одного року. Іноземцю для отримання посвідки на проживання в країні необхідно придбати нерухомість вартістю 300 тисяч євро. Підприємцю достатньо вкласти 125 тисяч євро до статуту болгарського підприємства, та забезпечити 5 робочих місць в неблагополучних районах країни. ПТП в Болгарії продовжується щорічно. П'ятикратне отримання ПТП дає право іноземцю звернутися за дозволом на довгострокове перебування (ДВП) в країні - на 5 років.

Німеччина. У Німеччині існують специфічні способи отримання виду на проживання: Перший, це - отримання вищої освіти та підтвердження німецьких чи єврейських коренів, де після оформлення всіх документів і прийняття позитивного рішення громадянство отримується одразу. Що стосується роботи, то в Німеччині збільшено квоту з прийняття фахівців і вчених медичного профілю.

Італія. Потрібно відразу вказати, що Італія не практикує такий напрямок, як громадянство за інвестиції. Незалежна трудова діяльність є оптимальним варіантом для отримання ПТП. Мається на увазі створення власного бізнесу на території країни. Проте, в'їхавши до країни за туристичною візою, українець проходить процедуру легалізації - свого роду амністії для мігрантів, що проводиться італійською імміграційною службою раз на рік. Для цього досить пред'явити трудовий договір.

Також, для отримання, або продовження ПТП можна поступити на навчання. Це можуть бути професійні курси та стажування. Якщо іммігрант проживає в Італії на підставі закону, маючи як мінімум ПТП, у нього є стабільний дохід, з яким він може містити додаткове число людей, і житло, тоді разом з ним до Італії можуть в'їхати його найближчі родичі (дружина / чоловік, діти, батьки). ПТП надається на 2 роки. Також громадянство Італії можна отримати, уклавши шлюб з італійським громадянином. Відзначимо, що якщо чоловік і жінка проживають в Італії, то вже через 6 місяців після весілля можна претендувати на громадянство.

Іспанія. Одним із найпопулярніших способів еміграції є придбання нерухомості. Отримати ПТП можуть іноземці через п'ять років після здійснення покупки нерухомості, вартість якої становить понад 160 тисяч євро, а через 10 років – в них є можливість отримати іспанське громадянство. Для підтримки виду на проживання необхідно проводити в країні шість місяців на рік, після чого власник нерухомості набуває статусу податкового резидента. Також ПТП в країні надається при інвестиціях в комерційну нерухомість на суму від 500 тисяч євро. Також інвестори можуть оформити ПТП, якщо

придбають облігації на сумму від 2 млн євро, або інвестують в статутний капітал місцевого підприємства не менше 1 млн. євро. Іспанська ПТП дає право вільного переміщення у країнах Євросоюзу протягом двох років, після першого продовження термін дії збільшується до чотирьох.

Кіпр. Отримати ПТП на Кіпрі на строк до п'яти років, можливо якщо ви приїжджаєте на навчання в університеті. Отримання диплома дає можливість претендувати на роботу, не виїжджаючи з країни, і отримання ПТП на більш довгий час. Також, щоб отримати ПТП можна купити нерухомість. Оскільки Республіка Кіпр - член Євросоюзу, то кіпрський ПТП дає право вільного переміщення по Європі.

Греція. Варіант ПТП для підприємця передбачає реєстрацію підприємства в Греції і наявність у засновника фінансових коштів (не менш 60000 євро на рахунку в банку + 10000 євро на непередбачені витрати). ПТП в Греції надається на 2 роки. Якщо діяльність в Греції буде успішна, і буде мати позитивну фінансову динаміку, то ПТП буде продовжений на 2 роки. Трирічний вид на проживання можна отримати, якщо вкласти в економіку Греції суму 300 тисяч євро. Влада Греції надає ПТП власникам нерухомості, вартість якої перевищує 200 000 євро.

Словаччина. Для здійснення бізнес-імміграції в Словаччину, необхідно створити для цього підстави. Наприклад, зареєструвати тут підприємство або господарське товариство (найпопулярніший варіант аналог ТОВ - SRO) або підприємця. Можна як придбати готовий бізнес, так і організувати все з нуля. Справа в тому, що іноземець може займати посаду директора підприємства або здійснювати підприємницьку діяльність в Словаччині тільки маючи, як мінімум, вид на проживання. Саме ця вимога дозволяє подати запит на отримання ПТП.

Дуже важливо, що все можна оформляти відразу і не треба чекати рік для реєстрації підприємця (як в Словенії) або отримати ПТП тільки через рік після здачі першого податкового звіту (як в Нідерландах). У Словаччині документи на ПТП подаються відразу після реєстрації. ПТП на підставі навчання можуть надати іноземцеві, який є учнем, або студентом навчального закладу в Словаччині. Це може бути середня школа, ВНЗ, або навіть курси словацької мови.

Угорщина. Частина українців, які проживають на кордоні з Угорщиною, можуть стати громадянами цієї країни «за правом крові». Формальні вимоги до претендентів на отримання паспорта містять три умови: володіння угорською мовою, відсутність судимості та угорське походження. ПТП тут можна отримати всього за 3 тижні. Для цього необхідно інвестувати в економіку Угорщини 300 тис. євро, які держава гарантовано поверне вам протягом 5 років.

Португалія. Трудове законодавство захищає громадян Португалії від безробіття й робить важчим в'їзд трудовим мігрантам. Вакансія для трудового мігранта повинна бути незатребуваною громадянами Португалії протягом 30 днів, тоді на неї можуть розраховувати мешканці Євросоюзу та іноземці, що мають вид на проживання. Якщо таких немає, на вакансію може претендувати українець. За таких умов квоти для трудових мігрантів досить низькі (всього 3800 робочих віз). Українець може отримати шанс на роботу, якщо зможе заздалегідь знайти роботодавця. Проте, при відкритті бізнесу в Португалії, ви зможете отримати ПТП. Якщо є нерухомість в Португалії, то можна також оформити ПТП без права на роботу.

Норвегія. Ця країна практично закрита для трудових мігрантів зі Східної Європи: на некваліфікованих роботах зайняті вихідці з країн Євросоюзу і мусульманських держав. До варіантів отримання ПТП відносяться: 1. Офіційне працевлаштування роботі з високою заробітною платою та проживання на території країни 7 років; 2. Отримання освіти в Норвегії. Для цього необхідно підтвердити свою фінансову платоспроможність. Після закінчення ВНЗ, людина зможе отримати роботу, що у наслідку дасть можливість отримати постійне місце проживання; 3. Укладення законного шлюбу на строк не менше 5 років. Придбання житлової нерухомості в Норвегії не дає права на постійне проживання. Але при покупці житла можна отримати мультівізу.

Необхідно враховувати, що уряди деяких країни ЄС (Німеччина, Франція, Нідерланди, скандинавські держави) надзвичайно жорстко квотують отримання іммігрантами дозволів на проживання і тим більше дозволів на постійне місце проживання і громадянство.

Висновки

Як бачимо, програми легальної міграції в країнах ЄС різняться. Кожна країна пропонує кілька можливостей легальної міграції, які можуть включати:

1. Офіційне працевлаштування, в тому числі за трудовим контрактом або на основі міжнародного договору.
2. Ведення бізнесу, включаючи відкриття власного підприємства або іноземного представництва.

3. Отримання освіти.
4. Інвестування, або значну суму вкладень в економіку відповідної європейської країни.
5. Придбання у власність нерухомості.
6. Створення сім'ї або її возз'єднання, маються на увазі подружжя та близькі родичі громадянина або постійного жителя відповідної європейської країни.
7. Програми репатріації.
8. Переїзд пенсіонерів, які мають пенсії порівнянні з виплатами відповідної європейської країни.
9. Проходження лікування в медичних установах, за умови наявності коштів на покриття оздоровчих послуг.
10. Отримання статусу біженця в країнах Євросоюзу та субсидований захист переслідування мігранта.

Кожен має право на гідне та щасливе життя. Кожен має право обирати місце проживання за власними критеріями, в залежності від власного достатку, віку, рівня освіти, бажання та вміння працювати. Легальна міграція дає можливість доступу до якісної освіти, офіційного працевлаштування, вільного ведення бізнесу та отримання постійного місця проживання та громадянства в країні, що входить до складу ЄС, з комфортним і досить високим рівнем життя.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Міграція в Україні: факти і цифри / Упорядник – Головний науковий співробітник Національного інституту стратегічних досліджень Олена Малиновська // МОМ Представництво в Україні. - 2016. – 31 с.
2. Стадний Є. Кількість українських студентів за кордоном [Електронний ресурс]. – режим доступу : <http://www.cedos.org.ua/uk/osvita/56>
3. Eurostat. asylum and first time asylum applicants by citizenship, age and sex. annual aggregated data [Електронний ресурс]. – режим доступу : http://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-datasets/-/migr_asyappctza
4. Топ-5 країн, які раді емігрантам з України [Електронний ресурс]. – режим доступу : <https://tsn.ua/ukrayina/top-5-krayin-kudi-naykrasche-bigti-z-ukrayini.html>
5. http://kompromata.net/immigration_to/italy.html

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

Безушко Оксана Петрівна — студентка групи МОВ-15мс, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: oxanabezuschko76@gmail.com

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

Bezuschko Oksana P. — Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ЧИ ПРИВЕДУТЬ ЕКОНОМІЧНІ НОВАЦІЇ УРЯДУ ДО ЗРОСТАННЯ ЕКОНОМІКИ. ПОГЛЯД ІНСТИТУЦІОНАЛІСТІВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто питання можливих наслідків економічних новацій уряду за останні 3 роки та їх відповідність поглядам інституціоналістів

Ключові слова

Підприємництво, приватизація, тарифи, ефективний власник, інституціоналізм

Abstract

The question of possible consequences of economic innovations of government is considered for the last 3 years and their accordance the looks of institutionalist

Keywords

Enterprise, privatization, tariffs, effective proprietor, institutionalism

Останнім часом все відчутливо спостерігається розходження між офіційними повідомленнями про стан економіки України та відчуттями переважної більшості населення про те, що відбувається в економічній сфері країни. Якщо офіційні джерела твердять про значні успіхи в реформуванні економіки України та покращенні життя пересічних українців, підкріплюючи все це позитивними відгуками міжнародних організацій і, насамперед, Міжнародного валютного фонду, то значна частина населення, навпаки, не вбачає в реформуванні економіки не тільки якихось покращень і констатує суттєве погіршення рівня свого життя.

Відповідь на це питання дати не легко, оскільки існують різні підходи економістів та експертів до оцінки результатів та наслідків здійснюваних в Україні протягом останніх 3-х років перетворень. Тому для початку проаналізуємо динаміку зміни деяких економічних показників, які з різних боків характеризують стан та тенденції розвитку економіки України.

Насамперед звернемо увагу на динаміку зміни динаміку валового внутрішнього продукту (ВВП), що виробляється в Україні і характеризує кінцевий результат виробничої діяльності економічних одиниць-резидентів у сфері матеріального і нематеріального виробництва (рис. 1).

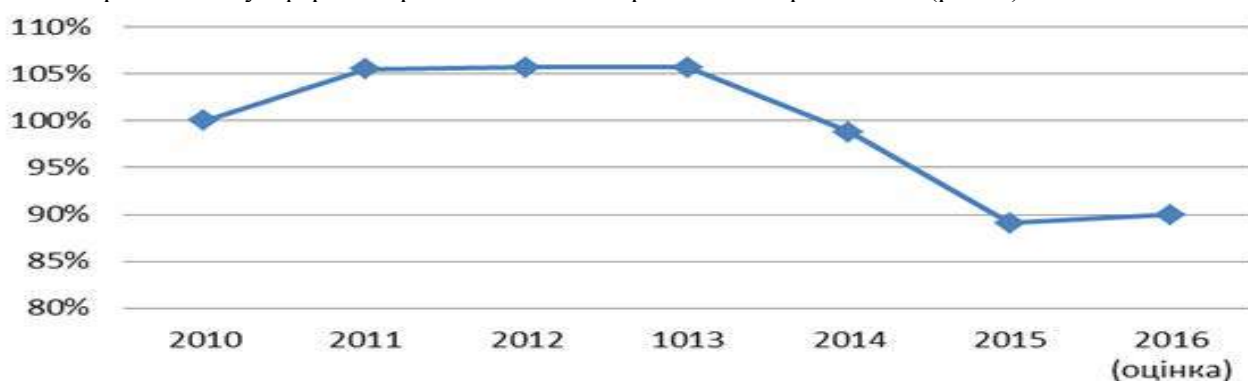


Рисунок 1 – Динаміка ВВП України за 2010-2016 рр. [1]

Графік зміни ВВП, наведений на рис. 1, показує: якщо рівень ВВП у 2010 році прийняти за 100%, то у 2011 році він склав 105,5% (помірне зростання), у 2012 та 2013 роках – 105,7% (застій), то вже у 2014 році – 98,1% (падіння відносно попереднього року на 7,6 п.п.), а у 2015 році – індекс ВВП склав 89,1% (стрімке падіння відносно попереднього року на 9 п.п.), у 2016 році – індекс ВВП досяг рівня

приблизно 90% від рівня 2010 року. Іншими словами, обсяг ВВП у 2016 році порівняно з 2013 роком скоротився на 15,7 п.п. або майже на 1/6 частину. Більш того, якщо за 1991-2016 роки індекс зростання валового внутрішнього продукту в країнах ЄС склав приблизно 1,5, то в Україні він 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.

Постійне падіння рівня валового внутрішнього продукту спричинило і падіння величини валового внутрішнього продукту в розрахунку на одну особу (рис. 2).

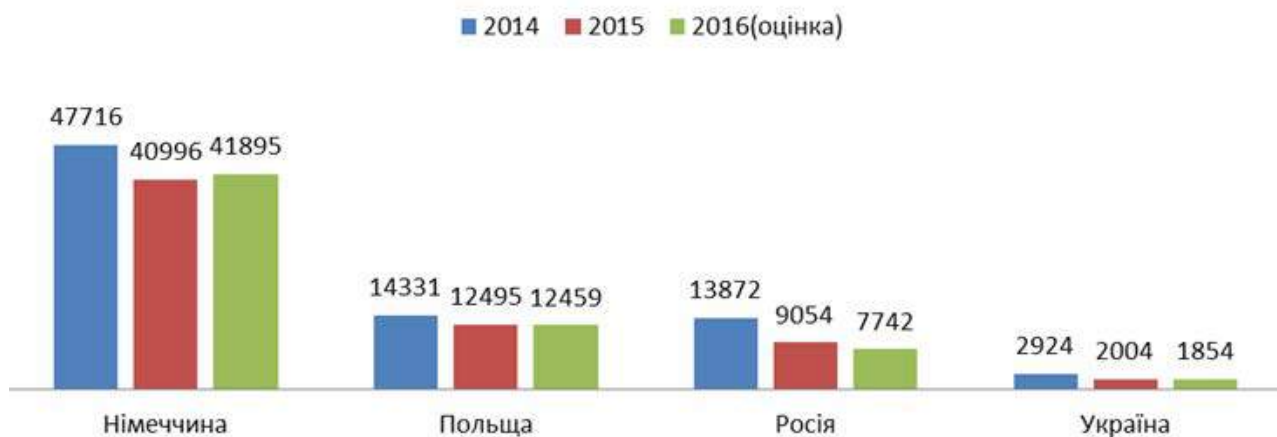


Рисунок 2 – Динаміка рівня ВВП на одну особу, дол. США (дані МВФ)

Так, за останні 3 роки (2014-2016 рр.), за розрахунками МВФ, величина ВВП на одну особу зменшилася в Україні з 2924 дол. США до 1854 дол. США, або на 1070 дол. США чи на 36%. За цим показником макроекономічного розвитку Україна посідає 134 місце у світі із 185 країн світу, інформацію про які публікує МВФ. Причому таке різке падіння величини ВВП на одну особу відбулося на тлі, коли абсолютне значення цього показника є суттєво нижчим, ніж в інших країнах світу. Наприклад, відносно Німеччини величина ВВП на одну особу в Україні є меншою в 22,6 разів (!), Польщі – в 6,7 разів, і навіть Росії – в 4,2 рази.

Неприємними для України є дані, опубліковані Євростатом в січні 2017 року про розмір мінімальної заробітної плати, який встановлений в країнах ЄС (рис. 3).

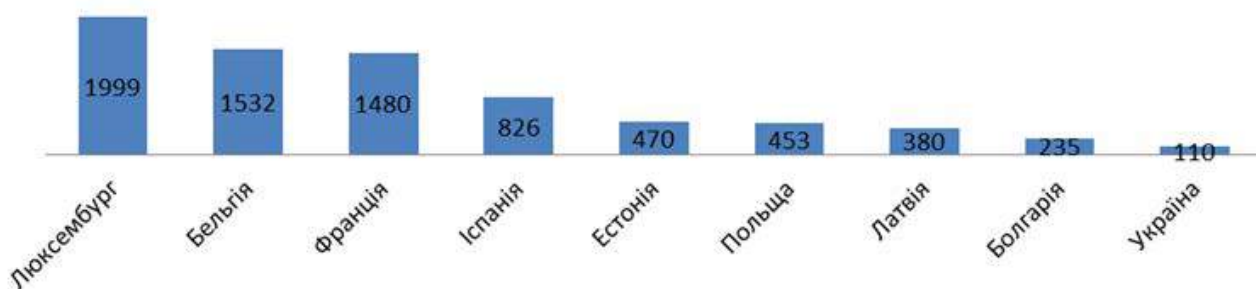


Рисунок 3 – Рівень мінімальної заробітної плати в країнах ЄС та Україні (євро)

Якщо б сьогодні Україна була в складі ЄС, то вона займала б останнє місце по рівню мінімальної заробітної плати, яка на початку 2017 року складала всього 110 євро (і це при новому рівні мінімальної заробітної плати у 3200 грн/міс.), що в 18 разів менше, ніж у Люксембурзі; в 13,5 разів менше, ніж у Франції та в 4,4 разів менше, ніж в Польщі.

Індикатором стану економіки будь-якої країни є кур її національної валюти. Тут доречно навести слова Ю.С.Вітте: «Престиж країни вимірюється не кількістю вояків і не вогняною потужністю гармат, а міцністю національної валюти». Про який престиж країни тут можна вести розмову, якщо за останні 3 роки національна валюта знецінилася у $27 : 8 = 3,4$ рази, що спричинило неймовірне підвищення цін на всі товари народного споживання, ліки, комунальні послуги тощо?

І нарешті, наведено дані про чисельність населення України за останні 3 роки. Загальновідомо, якщо країна є заможною та успішною, то чисельність її населення збільшується, причому не тільки і не стільки за рахунок природного приросту населення, а передусім за рахунок зростання кількості мігрантів, які в пошуках кращої долі всіма правдами та неправдами намагаються «закріпитися» в даній країні, надіючись на прихильність уряду цієї країни.

Але і тут динаміка зміни показника чисельності населення є для України невтішною (рис. 4) .

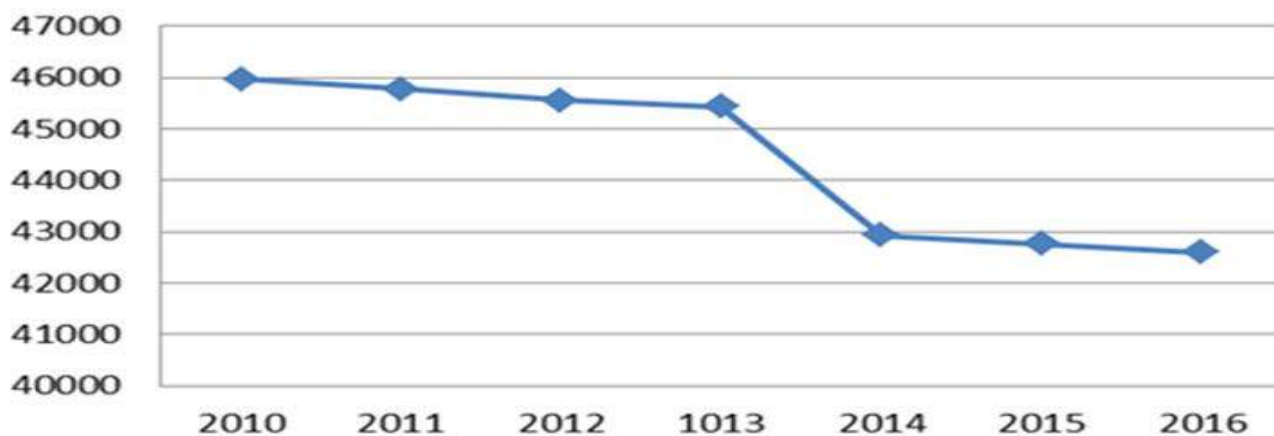


Рисунок 4 – Чисельність населення України у 2010-2016 рр. (офіційні дані)

Так, за 2010-2016 рр. чисельність населення України скоротилася з 45963 тис. осіб до 42591 тис. осіб, або на 7,3%. Правда, таке суттєве скорочення чисельності населення відбулося без врахування тимчасово окупованих територій Донецької та Луганської областей та Республіки Крим, але навіть і без цього тенденція постійного скорочення населення України є помітною. (Для довідки: на початок 1992 року чисельність населення України перевищувала 52 млн. осіб).

Наведені вище показники розвитку України об'єктивно свідчать, що далеко не всі рішення уряду про напрями реформування української економіки можна вважати вивіреними та ефективними. На наш погляд, основною причиною цього є не врахування (свідоме чи несвідоме) дій об'єктивних економічних законів, які існують у ринковій економіці. Справа в тому, що економічні закони діють не миттєво (як, наприклад, у фізиці), а як панівна тенденція. Їх вплив на економіку відбувається поступово, але невблаганно. Окрім цього, дія економічних законів виявляється через ті чи інші дії людей, які приймають рішення про те, як вони будуть діяти за нових умов. Більш того, люди, як свідомі індивіди, своїми рішеннями можуть підсилити чи пришвидшити або загальмувати чи послабити дію економічних законів, але ні в якому разі не відмінити їх. Пояснимо це на таких прикладах.

Відомо, що протягом аналізованого періоду були суттєво підвищені тарифи на газ та інші послуги для населення та промислових підприємств. Так, якщо вартість газу в 2013 році дорівнювала 1,089 грн за 1 куб. м, то в 2016 році – 6,879 грн за куб.м, тобто зросла у 6,3 разів. Таке підвищення тарифу пояснювалося такими аргументами: це необхідність боротьби з корупцією (щоб унеможливити оборудки з перепродажем газу за завищеними цінами), це необхідність успадкувати європейські цінності; це вимога МВФ ліквідувати багатомільярдну збитковість «Нафтогазу України» і покриття цих збитків за рахунок коштів державного бюджету тощо. А щоб населення не відчувало суттєвого підвищення плати за комунальні послуги внаслідок підвищення тарифів, було запроваджено широкомасштабне субсидування населення.

У короткостроковому періоді всі ці аргументи мають право на життя. Але давайте поміркуємо, що нас очікує у довгостроковій перспективі. Так, якщо зростають ціни на ресурси, то підприємці за наявності певних доходів, зможуть купити менше сировини, матеріалів, енергії тощо. Купивши менше матеріальних та енергетичних ресурсів, підприємці зможуть виготовити менше продукції. Тому їм не будуть потрібні зайві працівники. Почнеться повільний процес звільнення працівників, що ускладнить ситуацію на ринку праці і буде вимагати додаткових витрат з бюджету на утримання безробітних. Далі, щоб вирівняти цінову ситуацію, підприємці будуть змушені підвищити ціни на свою продукцію, що абсолютно негативно буде сприйнято переважною більшістю населення. Далі, зростання

цін автоматично зменшить конкурентоспроможність продукції, особливо на світових ринках. Величина експорту продукції почне падати, надходження валютної виручки зменшиться, тиск на гривню буде зростати, що ставить під загрозу її стабільність і спричинить її знецінення. Знецінення гривні знову поставить питання про підвищення тарифів... І так буде відбуватися постійно і циклічно. Тобто, в довгостроковій перспективі (якщо не будуть прийняті інші заходи) ми будемо мати зростання цін на всі без винятку товари, зростання безробіття, падіння обсягу ВВП, знецінення курсу національної валюти. Тобто негативні наслідки рішення про підвищення тарифів у довгостроковій перспективі можуть суттєво переkritи вигоди, отримані у короткостроковій перспективі.

Або взяти ситуацію, що склалася з рішенням уряду відмовитися від регулювання цін на продукти харчування. Це пояснювалося турботою уряду про підприємців, яким відтепер непотрібно буде звертатися до чиновників для отримання тих чи інших дозвільних документів. І таке рішення у короткостроковій перспективі є позитивним. Але потрібно було врахувати, що попит на продукти харчування може бути еластичним або нееластичним. На товари першої необхідності (хліб, молоко, м'ясо тощо) попит переважно нееластичний, тобто люди будуть вимушені купувати ці продукти за будь-яких умов і за будь-яких цін. І ціни на ці товари у випадку відсутності державного регулювання можуть зростати нескінченно. Так, тільки за останні 4 місяці (листопад 2016 – лютий 2017 р.) ціни на основні продукти харчування (молоко, вітчизняні сири, м'ясо, риба тощо) зросли майже на 70%. І меж такому зростанню просто немає.

Що ж стосується елітних товарів (наприклад, ікри, делікатесних сирів тощо), то дійсно, відміна державного регулювання цін на ці товари може вважатися виправданою, оскільки попит на ці товари є еластичним, і зміна ціни суттєво впливає на обсяги покупки таких товарів.

Або візьмемо відому кампанію про збільшення мінімальної заробітної плати з 1600 грн до 3200 грн/міс. Цей захід трактується урядом необхідністю суттєво підвищити добробут населення, збільшити надходження коштів до пенсійного фонду тощо. Дійсно, отримувати 3200 грн за місяць набагато краще, ніж отримувати 1600 грн. У перші два місяці дійсно відмічається збільшення надходження коштів до пенсійного фонду. І це зрозуміло, оскільки роботодавці вимушені сплачувати кошти до пенсійного фонду з суми, яка є не меншою, ніж 3200 грн навіть за умов, коли працівники працюють на неповну ставку (0,5, 0,25, 0,1 тощо). Але у довгостроковій перспективі ми можемо отримати дуже негативні наслідки. По-перше, було кардинально зруйновану тарифну систему, і тепер працівники, які мають тарифні розряди від першого до одинадцятого, будуть отримувати однакову заробітну плату. Окрім невдоволення і розчарування певних верст населення, особливо більш кваліфікованих працівників (викладачів ВНЗ, держслужбовців, медичних працівників тощо), таке підвищення ні до чого не призведе. Не можна заради реалізації одних рішень, якими б шляхетними вони не були, порушувати інші, також важливі принципи, а саме: забезпечувати оплату праці залежно від рівня кваліфікації працівників, їх відповідальності, напруженості праці тощо.

По-друге, для такого значного підвищення мінімальної заробітної плати потрібні кошти. Ці кошти можна взяти з двох джерел: а) за рахунок суттєвого збільшення ВВП країни, тобто стрімкого зростання економіки; б) шляхом перерозподілу коштів, які є в наявності. Оскільки ні першого, ні другого поки немає, то у недалекій перспективі можна очікувати суттєве скорочення працівників, переведення їх на неповну ставку, «добровільну» відмову працівників від частини своєї заробітної плати, «добровільне» бажання працівників отримати неоплачувану відпустку тощо. Ставлення до всього цього переважної більшості населення є дуже негативним.

Але є ще одна обставина, яка практично не враховується фахівцями, які досліджують проблеми розвитку нашої економіки. Всі дискусії ведуться навколо того, «що» і «як» потрібно зробити для її розвитку. Тобто економіка є як би єдиним і основним об'єктом їх досліджень.

Разом з тим, вже давно визначено, що ринкова економіка – це тільки одна із складових (хоча і дуже важлива) суспільства. Ця обставина привела до появи так званого інституціоналізму – наукової течії, яка сформувалася на межі 19-го та 20-го сторіч і яка є якби протипологом класичній ринковій економіці, даючи свої пояснення тим економічним процесам, які відбуваються в суспільстві [2].

Базовою інституціоналізму є твердження, що розвиток суспільства відбувається під впливом різних економічних, соціальних, політичних, правових та психологічних чинників. І тому робити наголос тільки на дослідженні економічних проблем буде недостатньо. Інституціоналізм не має якихось загальних теоретичних засад. Економісти, котрі належать до цього напрямку, суттєво різняться як щодо теоретичних принципів, так і щодо досліджуваних проблем.

Але поради та висновки інституціоналістів, зроблені представниками різних його течій, сьогодні взяті на озброєння в різних країнах світу, особливо в США, Франції та інш. Не випадково, серед лауреатів Нобелівської премії з економіки останнім часом переважають саме представники інституціоналізму.

Визнаними представниками інституціоналізму є американці Т. Веблен, Дж. Коммонс, У Мітчелл, Дж. Кларк, Дж. Гелбрейт, Д. Белл, Г. Саймон, У. Ростоу, Е. Тоффлер, Р. Коуз, Д. Норт, Дж. Б'юкенен; П. Друкер; німці М. Вебер, В. Зомбарт; французи Ф. Перру, Жан Фурастьє, Жак Еллюль, Р. Арон; швед Г. Мюрдаль; англієць К. Кларк та ін.

Один із основних висновків, що його зробили інституціоналісти, полягає у тому, що розвиток суспільства регулюється не тільки економічними законами (чого вони не відкидають), а також так званими інститутами, тобто правилами, традиціями, звичаями тощо, які існують в даній країні. Ці правила, звичаї і традиції формуються історично під впливом тих економічних відносин, які існували в той час в країні. Тому при зміні економічних завжди відносин виникає певне протиріччя між новими економічними відносинами та «старими» інститутами, які зазвичай є досить живучими. Якщо ігнорувати цю обставину і не приділяти цьому уваги, то економічні перетворення, що проводяться в країні, не призведуть до очікуваних результатів, оскільки «старі» інститути будуть протидіяти (а в деяких випадках – протидіяти агресивно) новим економічним починанням. Тобто, економічні перетворення тільки тоді будуть мати право на успіх, коли будуть створені «нові» інститути, які б сприйняли ці нові економічні реалії і підтримали їх.

Наприклад, в 1950 році в Японію був запрошений американський вчений Едвард Демінг для відновлення вщент зруйнованої японської промисловості. Вивчивши ситуацію, Е. Демінг запропонував кардинально змінити існуючі на той час в Японії інститути, пов'язані з виробництвом. Ним було визначено 14 правил, яких потрібно було дотримуватися всім працівникам, щоб досягти бажаного успіху. Серед цих правил були такі: «Покращуйте кожний процес», «Відмовтеся від порожніх гасел», «Заохочуйте прагнення до освіти», «Підготовка та перепідготовка кадрів» та інш. Інший відомий фахівець Ф. Кросбі доповнив ці принципи такими, як «Всі працівники повинні навчитися працювати без дефектів», «Вимоги до якості продукції можуть коригуватися тільки в бік їх посилення», «Будь-які компроміси, відхилення та коливання у питаннях якості не допускаються», «Всі вимоги, які визначають рівень якості продукції, підлягають неухильному виконанню» тощо. Ці правила втлумачувалися працівникам японських підприємств протягом 25-ти (!) років. В результаті, в 1975 році несподівано для багатьох фахівців якість японських товарів нечувано зросла і досягла надзвичайно високого рівня; за цим показником Японія випередила всі країни світу [3].

На жаль, в нашій реальності чинні в Україні інститути (правила, традиції, звичаї тощо), які сформувалися протягом дуже тривалого часу, коли Україна не мала незалежності, дуже часто діють проти нових економічних реалій, нівелюючи всі намагання щось покращити в цій країні.

Наведемо деякі приклади таких інститутів:

- а) «Не обов'язково все вчити, будь-яку оцінку можна купити» – тоді навіщо нам реформа освіти;
- б) «Щоб санітарка більш-менше старанно доглядала за хворим, їй потрібно заплатити» – тоді навіщо нам реформа медицини;
- в) «Щоб отримати гарну посаду, потрібно мати впливового родича, депутата тощо» – тоді навіщо нам реформа державної служби;
- г) «Щоб керувати, не потрібно багато знати, головне – зайняти потрібну посаду» – тоді навіщо взагалі вчитися;
- д) «Держава постійно дурить нас: підвищує тарифи, податки тощо» – то чому ми не можемо обманювати державу;
- е) «Щоб перемогти на виборах, потрібно багато обіцяти» – тоді навіщо нам реформа виборчого права;
- ж) «Закон, яка дишло, куди повернеш, туди і вийшло» – тоді навіщо нам реформа правоохоронних органів, прокуратури, суду тощо, якщо всі знають, що цього робити не можна, але якщо дуже хочеться – то можна;
- к) «Моя хата с краю, нічого не знаю» – тоді навіщо ми намагаємося створити демократичне суспільство тощо.

Звідси можна зробити тільки один висновок: потрібна дуже кропітка робота по зміні цих та інших їм подібних інститутів, які не відповідають реаліям часу і нашим сподіванням на краще життя.

Досліджуючи тенденції розвитку ринкової економіки в провідних країнах світу, інституціоналісти зробили низку важливих висновків, які дуже часто не враховуються нашими експертами та фахівцями, які намагаються знайти шляхи покращення економічного стану країни.

Наведемо тільки один приклад. 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, виплачувати працівникам пристойну легальну заробітну плату тощо. Серед вчених та практиків все ще переважає думка, що створити або знайти «ефективного» власника повинна саме держава.

Дійсно, такий підхід до пошуку «ефективного» власника переважав на початку ХХ сторіччя, коли панувала думка, що саме держава повинна знайти такого власника і передати йому свою власність. Відомий англійський економіст, представник кембриджської школи, учень Альфреда Маршалла Артур Пігу (1877-1959 рр.) обгрунтовано 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 лауреатом Нобелівської премії з економіки [4].

Сутність теореми Р.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, кому більше вона потрібна і хто її більше цінує, але при наявності двох необхідних умов:

- по-перше, трансакційні витрати, тобто витрати на взаємодію між людьми (лобіювання інтересів, підкуп чиновництва, хабарі тощо) повинні дорівнювати нулю;

- по-друге, будь-яка власність повинна бути надійно захищена з боку держави, тобто права власності повинні бути чітко визначені і дотримані.

Тобто що повинна робити держава? Вона не повинна безпосередньо займатися питаннями пошуку нового «ефективного власника», а повинна побороти корупцію, щоб ніхто ні за яких умов (наприклад, шляхом підкупу чиновників, лобіюванням своїх інтересів в органах влади тощо), не зміг би отримати ніяких привілеїв: зі сплати податків, отриманні пільг, списанні боргів, державної підтримки з бюджету, з виграшу тендерів тощо, не зміг би захопити чужу власність, яка йому сподобалася, не зміг би 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 в суспільстві поступово сформується такий порядок, при якому «неефективний» власник вимушений буде або краще працювати, або продати свою власність іншій особі, яка цінує цю власність більше і яка, придбавши цю власність за розумну ціну, буде здатна забезпечити ефективне господарювання і успішно конкурувати на ринку з іншими підприємцями. Саме так пропонують розв'язувати проблему пошуку ефективного власника інституціоналісти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Державна служба статистики [сайт]. Режим доступу: [<http://www.ukrstat.gov.ua/>] (дата звернення 4.03.2017). Назві з екрана.
2. Колесніченко, І. М. Інституціональна економіка : навчальний посібник / І. М. Колесніченко, А. В. Литвиненко: за заг. ред. канд. екон. наук, доцента І. М. Колесніченко – Х. : ХНЕУ ім С. Кузнеця, 2015. – 236 с.
3. Козловський, С. В. Фінансово-економічні розрахунки: теорія та практика: Навч. посібник. — К.: Знання України, 2009. — 380 с.
4. Вашків О.П. Інституційна структура підприємства та базові економічні інститути / О.П. Вашків // Трансформаційні процеси економічної системи в умовах сучасних викликів : монографія / під заг. ред. д.е.н., проф. В.І. Гринчуцького. – Тернопіль : ТНЕУ, 2014. – С. 321-332.

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

Деякі аспекти проведення приватизації в Україні

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Аналізуються причини, які зумовили неефективність державного регулювання процесів приватизації в Україні

Ключові слова: приватизація, державне регулювання, ефективність, закон Коуза

Abstract

Investigational reasons which stipulated unefficiency of government control of processes of privatization in Ukraine

Keywords: privatization, government control, efficiency, law of Kouza

Одним із ключових питань, які постали сьогодні перед економікою України, є формування різних за формами власності підприємств, здатних ефективно здійснювати свою господарську діяльність. Справа в тому, що справжні ринкові відносини можуть виникнути лише тоді, коли здійснюється акт купівлі-продажу товарів, послуг тощо, тобто коли один власник намагається продати продукт своєї праці, а інший – купити цей продукт. При цьому виникає торг, коли продавець бажає продати свою продукцію якомога дорожче, а покупець – купити цю продукцію якомога дешевше. В умовах конкуренції саме ця обставина примушує як першого, так і другого власника постійно вишукувати шляхи підвищення технічного рівня і якості продукції, знижувати її собівартість тощо.

В умовах державної власності, яка панувала в Україні до початку 90-х років, фактично ж здійснювалась передача продукції від одного державного підприємства іншому без зміни власника цієї продукції (за винятком реалізації товарів населенню). Тобто держава практично «купувала» продукцію сама у себе. Зрозуміло, що в цьому випадку більшість заходів держави з підвищення ефективності виробництва та якості продукції, економії матеріальних та паливно-енергетичних ресурсів і т.ін. не давали суттєвих результатів. Саме тому приватизація, як процес перетворення частини державної власності в інші її форми – приватну, колективну, спільну тощо і повинна сприяти створенню в країні повноцінного ринкового середовища. Приватизація – це важливий і рішучий крок до ринкової економіки, її демократизації. Мета приватизації – створити власника, реального господаря, відновити природну мотивацію людей до високопродуктивної праці, сформувати умови для підвищення ефективності виробництва та покращення добробуту людей.

Слід зауважити, що на протязі 60-80-х років в світі відбулись якісні зміни в підходах до розвитку і реформування відносин власності. Державна власність, питома вага якої в більшості розвинутих країн постійно підвищувалась, з часом стала одним із уразливих елементів ринкової економіки. По суті, надлишкова державна власність являла собою ту «ціну», яку суспільство повинно було сплачувати за те, що держава за рахунок бюджету підтримувала соціальну стабільність в країні. Постійна фінансова підтримка державних підприємств з бюджету гарантувала останнім життєдіяльність у випадку господарських невдач, допомагала виживати в нестабільних ринкових умовах. Але з розвитком продуктивних сил, прискоренням науково-технічного прогресу макроекономічні цілі по забезпеченню стабільності в суспільстві, які ставила перед собою кожна країна, досягались ціною все більших і більших бюджетних субсидій і дотацій. Стало зрозумілим, що держава, збираючи з населення і приватного сектора за допомогою податків величезні фінансові ресурси, перерозподіляла їх не зовсім раціональним способом, що призводило до ще більших економічних втрат. Таким чином цілі державного регулювання прийшли в протиріччя з його методами – замість того, щоб в міру необхідності згладжувати протиріччя, які виникали в суспільстві, держава, приймаючи участь в перерозподілі постійно зростаючого національного доходу, почала силою свого державного впливу «придушувати» вільну економіку і знижувати ефективність її функціонування.

Вихід був знайдений у широкому переході від економічної філософії патерналізму до ліберальної філософії, яка ствержувала, що найбільш пристосованою до динамічного розвитку є економіка, яка звільнена від зайвого державного впливу. Приватизація, таким чином, стала тим новим курсом, який став визначати економічну політику більшості країн Заходу.

Першою на шлях приватизації державної власності стала Великобританія. Уряд М. Тетчер з самого початку розгорнув широку кампанію по розпродажу державного майна в приватні руки. Наслідки приватизації перевершили всі очікування: значно підвищилась ефективність виробництва, виросла ділова активність населення, а саме головне – з'явився реальний власник, зацікавлений в розвитку свого підприємства.

На початку 1992 року приступила до приватизації державного майна і Україна. Правову основу приватизації склали Закон України «Про приватизацію майна державних підприємств» від 4 березня 1992 року, Закон України «Про приватизацію невеликих державних підприємств (малу приватизацію)» від 6 березня 1992 року, Укази Президента України від 30 грудня 1994 року «Про заходи щодо прискорення процесу малої приватизації в Україні», від 2 червня 1995 року «Про деякі питання щодо прискорення процесу малої приватизації в Україні» тощо.

Приватизація державного майна в Україні здійснювалася такими етапами: 1992 рік – початок приватизації; 1996 рік – завершення малої приватизації; 1998 рік – завершення масової приватизації; 2000-2005 рік – поспішний розпродаж державного майна пов'язаним з владою бізнес-групам («замовна приватизація», неприватизаційні способи відчуження майна, початок кризи приватизаційного процесу); з 2006 рік – посилення кризи приватизаційного процесу під впливом різних факторів) [1].

Аналіз ходу та результатів приватизації державного майна в Україні знаходиться в постійній увазі багатьох науковців, урядовців, громадськості тощо. Теоретичні, методичні та практичні проблеми реформування відносин власності в умовах ринкових перетворень знайшли відображення в працях вітчизняних і зарубіжних вчених. Зокрема, вагомий внесок в дослідження цих питань внесли такі науковці як В. Авер'янов, В. Бакуменко, В. Бесєдін, С. Біла, Т. Биркович, Д. Богиня, О. Бондар, Л. Верховодова, Д. Волинський, А. Гальчинський, В. Геєць, Н. Гришко, І. Давидов, С. Давимука, І. Жадан, Г. Ключіков, О. Ковальов, В. Круглов, В. Ларцев, С. Лєдомська, С. Мочерний, В. Павлов, С. Падалка, О. Пасхавер, О. Покатаєва, О. Процьків, Л. Руденко-Сударєва, О. Рудченко, О. Рябченко, О. Мозговий, І. Саврас, Т. Смакула, М. Чечетов, М. Чумаченко, О. Шандра, В. Щербина, В. Юрчишин та ін. [2].

Аналізуючи праці вище даних авторів, можна зробити висновок, 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 створювати нові, інноваційні зразки техніки та прогресивні технології у промислових масштабах тощо.

Хід проведення приватизації державного майна в Україні показує, що вона проходила непослідовно і часто непередбачувано, про свідчать дані про надходження коштів від приватизації до державного бюджету України за останні 15 років [3], про що наведено в таблиці 1.

Таблиця 1 – Надходження коштів від приватизації державного майна в Україні (2000-2013 рр.)

Рік	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Надходження коштів до державного бюджету, %	6,1	5,1	1,3	3,78	14,4	19,5	0,04	0,04	0,21	0,37	0,45	3,65	1,95	0,42

Аналіз даних, наведених в таблиці 1, показує, що найбільш вдалим для України в плані проведення приватизації державного майна були 2004 та 2005 роки, коли надходження коштів від приватизації державного майна складали відповідно 14,4% та 19,5% [3]. В останні роки ці показники суттєво знизилися. Так, у 2013 році кількість об'єктів, що змінили державну форму власності, становила 166 і порівняно з 2000 роком зменшилася більш ніж у 10 разів, комунальну форму власності змінили відповідно, 990, об'єктів (зменшилася майже у 4 рази).

У 2014-2015 роках зафіксоване подальше значне уповільнення процесу приватизації та різке скорочення надходження коштів від неї до бюджету. У 2014 році державну форму власності змінили 100 об'єктів, комунальну – 694 об'єкти. Надходження коштів до бюджету склали лише 465,9 млн. грн, а в 2015 році ці показники стали ще нижчими [1].

Таким чином, можна зробити висновок, що в процесі приватизаційних перетворень в Україні накопичилося багато нерозв'язаних проблем. Одна з них – у загальноукраїнському масштабі так і не вдалося створити ефективного власника, здатного ефективно здійснювати господарську діяльність.

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 провести «правильну приватизацію».

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. Але пізніше, у 1960 році американський економіст Рональд Коуз (1910-2013 рр.) прийшов до діаметрально протилежного висновку: якщо власність (в умовах обмежених ресурсів) використовується неефективно 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, але при наявності двох необхідних умов: по-перше, трансакційні витрати повинні дорівнювати нулю; і по-друге, власність повинна бути надійно захищена з боку держави.

Іншими словами, неефективний власник ні за яких умов не зможе отримати ніяких додаткових привілеїв (зі сплати податків, отриманні пільг, державної допомоги (з бюджету), а також не зможе підкупити 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, тобто ефективно використовувати такі важливі ресурси як землю, надри, цілісні виробничі комплекси, основні засоби, інтелектуальний потенціал тощо.

На жаль, оскільки у нас в країні все ще 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, які лобіюють 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.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гамалій В.Ф., Кошик О.М., Легінькова Н.І. Аналіз завершального етапу приватизації в Україні: стан, проблеми, ризики [Текст]. – Наукові праці Кіровоградського націонал. технічного університету. Економічні науки, 2015, вип. 28, с. 29-36.
2. Даниленко А. Ефективність діяльності приватизованих підприємств в Україні. Науково-аналітична записка [Текст] / А. Даниленко, Г. Єршова, О.Білоусова – К. : ДУ «Ін-т економ. та прогноз. НАН України», 2013.
3. Скринник Н.В. аналіз результатів приватизації і причин, якими вони обумовлені. – Вісник Хмельницького національного університету, 2014, № 2, Т. 2, с. 158-163.
4. Козловський В.О., Дончак Л.Г. Реформування відносин власності в Україні.– У Зб. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Конкурентоспроможність національної економіки та освіти: пошук ефективних рішень», м. Вінниця, 15 квітня 2015 р., , Тернопіль: Крок, 2015. – 253 с., С.207-209.
5. Напрями розвитку підприємництва в Україні. Зб. матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Шляхи активізації інноваційної діяльності в освіті, науці, економіці».–, м. Вінниця, 12 квітня 2016 р., Т. 1 – Тернопіль: Крок, 2016, 211 с.,– С. 61-63.
6. Козловський С. В., Козловський В. А. , Козловський А. В. Забезпечення стійкого економічного розвитку агропромислового комплексу регіону [Монографія]– Вінниця, Меркьюрі-Поділля, 2016. – 258 с.

Лесько Тетяна Віталіївна - студентка гр. МОЗ-15 факультету менеджменту та інформаційної безпеки, м. Вінниця,

Lesko Tetyana Vitaliivna - student of gr. MOZ-15 the faculty of management and informative safety, m. Vinnytsya.

Науковий керівник: 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

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

Шляхи забезпечення інформаційних процесів кластеризації економіки України

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Здійснено аналіз стану інформаційного забезпечення процесів кластеризації економіки в Україні. Розглянуто шляхи його удосконалення.

Ключові слова: *інформаційне забезпечення, кластеризація, інновації.*

Abstract

The paper analysis the state of information security of the clustering processes in economy in Ukraine. There had been considered the ways for its improvement.

Keywords: *information provision, clustering, innovations.*

В даний час кластеризація економіки є однією з умов підвищення конкурентоспроможності економіки країни, інструментом, що стимулює міжрегіональну кооперацію та інтеграцію, підвищує обсяги експорту інноваційно-орієнтованого виробництва та є запорукою довгострокових перспектив зростання. В сучасних економічних умовах глобалізації кластери стають ключовими факторами, які здатні залучити до країни міжнародні інвестиції, зацікавити інвесторів в сфері інновацій (венчурного капіталу), а також отримати користь з мобільності кваліфікованих кадрів.

Інформаційному забезпеченню належить виняткова роль в розвитку процесів кластеризації, оскільки воно є одним з основних чинників, який визначає рівень розвитку інновацій, технологій і знань в цілому, та одним з ключових ресурсів, без якого неможлива ефективна господарська діяльність будь-якого суб'єкта ринку. Удосконалення інформаційного забезпечення процесів кластеризації є однією з основних вимог ефективного розвитку кластерів в Україні.

На сьогодні методологічні та практичні засади кластерної взаємодії і їх інформаційного забезпечення потребують детального опрацювання, а відсутність науково обгрунтованої методики комплексної оцінки ефективності кластерної взаємодії промислового підприємства з врахуванням кількісних і якісних факторів впливу не дає можливості промисловим підприємствам визначити найбільш перспективні напрямки їх взаємодії з учасниками кластеру.

Розробкою теоретичних аспектів кластеризації економіки на макрорівні займалися такі зарубіжні вчені: А. Маршал [3], М. Портер [4], С. Розенфельд [5], І. Толенадо [6], Є. Дахмен [7]. Питанням оцінки ефективності діяльності кластерів займалися: Т. Бойко І. [8], Н.Коваленко[9], М. Пічугіна [10], Д. Рутко [11], Г. Семенов, О. Богма[12], М. Тюкавкин [13], О. Федоренко [14] та інші.

Необхідно зазначити, що більшість авторів пропонують методичні підходи до оцінки ефективності діяльності кластерів на рівні самого кластеру та на регіональному або державному рівні.

Аналіз досліджень і публікацій дозволяє дійти висновку про існування різних підходів до оцінки ефективності діяльності кластеру, як в масштабах самого кластеру так і на регіональному рівні, які дозволяють оцінити різні види ефектів від створення кластерів в регіоні та участі окремих підприємств в цих кластерах.

Разом з тим, при всьому різноманітті методичних підходів та розробок до оцінки ефективності діяльності кластерів залишається питання оцінки інформаційного забезпечення кластерної взаємодії на рівні окремого промислового підприємства з врахуванням кількісних і якісних факторів впливу, яка б дозволила приймати рішення щодо найбільш перспективних напрямків кластерної взаємодії безпосередньо для підприємства-учасника кластеру.

Дослідження інформаційного забезпечення процесів кластеризації економіки України показує, що організації, які займаються питаннями розвитку кластеризації в Україні відсутні, також відсутня і

офіційна практика діяльності кластерів в Україні. Як наслідок, в Україні відсутні статистичні дані про стан та розвиток процесів кластеризації.

На відміну від України в країнах європейського союзу повно і доступно представлена інформація про процеси кластеризації. Законодавчо врегульовані питання в сфері кластеризації, функціонує інфраструктура підтримки та розвитку кластерів, а інформаційну доступність забезпечують Online платформи, на яких представлено максимум необхідної безкоштовної інформації процесів кластеризації в країнах європейського союзу.

Основними європейськими організаціями, що займаються питаннями розвитку кластеризації, є: Europe INNOVA, PRO INNO Europe, European Cluster Alliance, Regions of knowledge, European cluster policy group (ECPG), European Cluster Excellence Initiative, Cluster Innovation Platform, Center for Strategy and Competitiveness, The European Cluster Observatory [1].

З точки зору інформаційного забезпечення процесів кластеризації особливий інтерес викликає Online платформа The European Cluster Observatory, яка забезпечує єдиний доступ до інформації про кластери і кластерну політику в Європі. Дана Online платформа надає доступ до регіональних та кластерних баз даних і проводить оцінку кластерних ініціатив [2].

В Україні є спроба створити портал «Українські кластери», який створений за ініціативою Станіслава Соколенко (Міжнародна Фундація сприяння ринку (МФСР) [3]. На сайті розміщено інформацію стосовно досліджень по формуванню в Україні кластерів, але дані, які описують загальний стан кластеризації датовані 2012 роком. Крім того, перевірити представлену інформацію неможливо, оскільки до багатьох посилань відсутній доступ. Також відсутня конкретна інформація (засновники, учасники, контакти, адреси) про діючі кластери в Україні.

Разом з тим, слід зазначити, що в Україні активно розвиваються ІТ-кластери. З наявних кластерів в Україні власні офіційні сайти мають лише декілька кластерів, переважно це ІТ-кластери (табл. 1).

Таблиця 1 - Українські кластери, що мають власні офіційні сайти

Назва кластеру	Офіційна веб-сторінка
Львівський ІТ-кластер	http://itcluster.lviv.ua
Харківський ІТ-кластер	http://it-kharkiv.com
Одеський ІТ-кластер	http://it-cluster.od.ua
Черкаський ІТ-кластер	http://www.itcluster.ck.ua
Івано-Франківський ІТ-кластер	http://it-cluster.if.ua/
Індустріальна група УПЕК	http://upec.ua/
Асоціація «Поділля Перший»	http://www.ppngo.org/index.php

Отже, незважаючи на те, що процеси кластеризації є актуальними для України, реальну та достовірну інформацію про діяльність та розвиток кластерів в Україні, отримати практично неможливо.

Факторами, які спричиняють негативний вплив на інформаційне забезпечення процесів кластеризації в Україні, є відсутність:

- нормативно-правового забезпечення процесів кластеризації;
- єдиної державної політики формування кластерів, що стримує розвиток кластерних ініціатив;
- статистичних даних стосовно діяльності кластерів в Україні;
- організацій, які займаються вирішенням питань в сфері процесів кластеризації економіки України;
- зацікавленості підприємств у створенні кластерів внаслідок нерозуміння переваг і можливостей кластеризації;
- зацікавленості інвесторів у зв'язку з інвестиційною непривабливістю через політичну та економічну кризу;

– розвиненої інноваційної інфраструктури.

ВИСНОВКИ

Забезпечення інформаційної доступності є основним заходом активізації процесів кластеризації в Україні. Для покращення інформаційного забезпечення процесів кластеризації в Україні необхідно розробити нормативно-правове забезпечення процесів кластеризації та забезпечити створення єдиного інформаційного простору процесів кластеризації в Україні, основною складовою якого повинна стати універсальна інформаційна Online платформа дослідження стану та розвитку процесів кластеризації в Україні. Ця платформа повинна надавати доступ до бази даних кластерів в Україні та сприяти інформуванню підприємств, установ науки й освіти, фінансових та інвестиційних організацій, органів влади стосовно питань формування кластерів, умов їх роботи та інфраструктури підтримки;

Необхідність створення єдиного інформаційного простору процесів кластеризації в Україні диктується як загальними вимогами інформаційного прогресу, так і посиленням тенденцій щодо співпраці та інтеграції розрізнених господарюючих суб'єктів ринку.

Удосконалення інформаційного забезпечення процесів кластеризації буде сприяти покращенню співпраці та ринковій координації різних суб'єктів господарювання, дослідженню діагностики стану та динаміки процесів кластеризації, виявленню тенденцій і закономірностей розвитку кластерів, виробленню раціональної стратегії і тактики їх функціонування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Глущенко Л.Д. Теоретико-методичні засади розвитку малих промислових підприємств з технологічними інноваціями / Глущенко Л.Д. – Вінниця: Вид-во «Вінницька газета», 2015. – 211 с.
2. Official website Europe Cluster Observatory [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.clusterobservatory.eu/index.html>
3. Портал «Українські кластери» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ucluster.org>
4. Ратушняк О.Г. Оцінка інноваційної діяльності машинобудівних підприємств / О.Г. Ратушняк, Н.О. Хоменко // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. – Випуск 259: В 7 т. – Т. VII. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. – С.1777-1781.
5. Ратушняк О.Г. Управління змістом інноваційних проектів термомодернізації будівель: монографія / О.Г. Ратушняк – м. Вінниця, ВНТУ, 2010. – 128с.

Лесько Олександр Йосипович – кандидат економічних наук, доцент, завкафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, lesko@vntu.edu.ua

Oleksandr J. Lesko – cand. se (economics), assistant professor, head of the Department for Enterprises Economy and Manufacturing Management with Vinnytsya National Technical University, the city of Vinnytsya, lesko@vntu.edu.ua

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація. Розглядаються проблеми українського ринку цінних паперів на сучасному етапі його діяльності з точки зору позиціонування фондового ринку в якості альтернативного джерела фінансування і розвитку економіки України. Наведено обґрунтовані висновки щодо можливості скорішого вирішення проблем, які гальмують розвиток вітчизняного ринку державних цінних паперів.

Ключові слова: ринок цінних паперів; облігації внутрішньої державної позики; державний борг; державний бюджет; емітенти; інвестори; прозорість.

Annotation. The problems of the Ukrainian market of equities are examined on the modern stage of his activity from the point of view of positioning of fund market as an alternative sourcing and development of economy of Ukraine. Reasonable conclusions over are brought in relation to possibility of more quick decision of problems that exist at the home market of equities.

Keywords: market of cinnx papers; bonds of internal state loan; national debt; the state budget; issuers; investors; transparency.

Вступ

В умовах розширення ринкового простору надзвичайно велике значення має діяльність фондового ринку. Ринок цінних паперів є сферою, в якій формуються фінансові джерела економічного зростання, концентруються і розподіляються інвестиційні ресурси між окремими виробництвами, галузями і економіками різних країн. Таким чином, характеризуючи «здоров'я» економічної системи в цілому, найважливішим показником є стан фондового ринку. [1].

Важливим елементом економічної системи країни є ринок державних цінних паперів, які випускаються і гарантовано погашаються виключно державою. Облігації внутрішньої державної позики (ОВДП) є одним з таких інструментів. Випуск таких цінних паперів дає змогу державі зменшити розмір дефіциту бюджету, що є одним з найвагоміших завдань тепер, коли Україна прагне стати членом Європейського Союзу. Тому випуск ОВДП, як один із шляхів досягнення даної цілі, є актуальним питанням сьогодення. Однак, слід зазначити, що не лише випуск ОВДП є вирішенням проблеми дефіциту бюджету. [2]

Метою роботи є детальне дослідження економічної природи та призначення державних цінних паперів, виявлення проблем українського ринку цінних паперів на сучасному етапі його функціонування і шляхи їх подолання.

Результати дослідження

Основною функцією, яку виконує ринок цінних паперів в економіці країни, є перерозподіл інвестиційних ресурсів та забезпечення грошовим капіталом потреб виробництва. Для виконання цієї функції має діяти розвинена інфраструктура фондового ринку, бути запроваджений широкий спектр інструментів та ефективні механізми взаємодії учасників ринку. [1;8;9]

Ринок державних цінних паперів в Україні потужно розвивається. Про це свідчать як зростаючі обсяги випуску державних зобов'язань уряду, оформлених цінними паперами, так і поява нових інструментів, за допомогою яких залучаються до бюджету кошти підприємств, організацій, фінансових установ та населення. [1;11]

Однією з важливих причин поширеності серед державних цінних паперів та причиною залучення державою саме внутрішніх позик є те, що внутрішні боргові зобов'язання, які виступають переважно у вигляді ОВДП не несуть для держави такої небезпеки щодо втрати фінансової незалежності, як зовнішні позики. Крім того, розвинутий внутрішній ринок державних цінних паперів дозволяє використовувати кошти фізичних осіб та інших суб'єктів господарювання як одне із джерел інвестиційної діяльності. [3;7]

Дослідження вітчизняних вчених з питань розвитку фондового ринку знайшли відображення у працях українських вчених А.Головко, О.Мозгового, О. Барановського, С. Багачова, В. Гейць, А. Мороза, А. Кінаха, В. Корнєва та інших. Проблема розвитку і становлення фондового ринку займалися і видні зарубіжні вчені, такі як Ф. Фабоззі, Г. Бірман, Дж. Фрідман та деякі інші. Серед

багатьох дослідників державних запозичень є А. Сміт, Дж. Локк, Д. Рікардо, а також сучасні економісти - В.А. Мельник, В.Н. Ігнатущенко, А.М. Шитов, О. Чайка, О. Ястремський та інші.

Однією з основних причин випуску державних цінних паперів в Україні є необхідність фінансування поточного дефіциту державного бюджету.

В Україні існують такі види державних цінних паперів :

- Облігації внутрішніх державних позик України;
- Облігації зовнішніх державних позик України;
- Цільові облігації внутрішніх державних позик України;
- Казначейські зобов'язання України. [4]

Таблиця 1 - Державний та гарантований державою борг України в цінних паперах станом на 31.12.2016 (за ознакою умовності), млрд. одиниць [1]

	дол.США	грн.	%
Загальна сума державного та гарантованого державою боргу	70,97	1 929,76	100,00%
Державний борг	24,66	670,65	34,75%
Внутрішній борг	24,66	670,65	34,75%
1. Заборгованість за випущеними цінними паперами на внутрішньому ринку	24,57	668,13	34,62%
ОВДП (10 - річні)	2,75	74,83	3,88%
ОВДП (11 - річні)	0,64	17,38	0,90%
ОВДП (12 - місячні)	0,13	3,48	0,18%
ОВДП (12 - річні)	1,05	28,50	1,48%
ОВДП (13 - річні)	1,37	37,12	1,92%
ОВДП (14 - річні)	1,88	51,25	2,66%
ОВДП (15 - річні)	1,57	42,79	2,22%
ОВДП (18 - місячні)	1,08	29,26	1,52%
ОВДП (2 - річні)	2,37	64,35	3,33%
ОВДП (3 - місячні)	0,00	0,01	0,00%
ОВДП (3 - річні)	0,68	18,46	0,96%
ОВДП (4 - річні)	0,57	15,59	0,81%
ОВДП (5 - річні)	5,57	151,57	7,85%
ОВДП (6 - місячні)	0,01	0,22	0,01%
ОВДП (6 - річні)	0,89	24,10	1,25%
ОВДП (7 - річні)	1,65	44,74	2,32%
ОВДП (8 - річні)	1,01	27,42	1,42%
ОВДП (9 - місячні)	0,01	0,20	0,01%
ОВДП (9 - річні)	1,36	36,87	1,91%
Гарантований державою борг	10,26	278,93	14,45%
Внутрішній борг	0,70	19,08	0,99%
1. Заборгованість за випущеними цінними паперами на внутрішньому ринку	0,59	15,95	0,83%
Державні цінні папери	0,00	0,00	0,00%
Облігації ДІУ (10 - річні)	0,04	1,00	0,05%
Облігації ДІУ (5 - річні)	0,11	3,00	0,16%
Облігації ДІУ (7 - річні)	0,11	3,00	0,16%
Облігації НАК "Нафтогаз України" (3 - річні)	0,18	4,80	0,25%
Облігації Укравтодору (5 - річні)	0,15	4,15	0,22%

До речі, зовнішній борг складає 0,90 млрд. дол. США або 1240,03 млрд. грн., що складає 64,26% від усього державного боргу України станом на 31.12.2016р. [1]

З таблиці видно, що в 2016 році внутрішній борг України та гарантований державою борг, виражений в цінних паперах, складає 684,08 млрд. гривень. При цьому в обігу знаходяться 15 видів облігацій внутрішньої державної позики (ОВДП від 2 до 15-річних та 3-х, 6-ти, 9-ти, 12-ти та 18-ти

місячних) на суму 668,13 млрд. грн. Держава гарантує повернення боргів ще по 5-ти видам цінних паперів на суму 15,95 млрд. грн. Це 5-річні Облігації Укравтодору, 3-річні Облігації НАК "Нафтогаз України", 5;7 та 10-річні Облігації ДІУ (Облігації державної іпотечної установи). Державна іпотечна установа створена при КабМіні України, основною метою діяльності якої є рефінансування іпотечних кредиторів (банків і небанківських фінустанов, які проводять діяльність з надання забезпечених іпотекою кредитів) за рахунок власних та залучених коштів, у тому числі коштів, що надійшли від розміщення цінних паперів, сприяння подальшому розвитку ринку іпотечного кредитування. [5]

Фондовий ринок в тій чи іншій країні характеризується, насамперед, показниками капіталізації, обсягом біржової торгівлі цінними паперами, кількістю цінних паперів, що перебувають в обігу на фондових біржах. [1]

Таблиця 2 - Обсяг біржових контрактів на організаторах торгівлі з розподілом за видом фінансового інструменту (у розрізі організаторів торгівлі) протягом 2016 року, млн. грн. [1]

Організатор торгівлі	Акції	Облігації підприємств	Державні облігації України	Інвестиційні сертифікати	Сертифікати Національного банку України	Опціонні сертифікати	Деривативи	Державний дериватив	Усього
УФБ	7,88	10,05	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	18,93
ІННЕКС	1,93	0,00	0,00	0,04	0,00	0,00	0,00	0,00	1,98
Універсальна	11,55	39,89	0,00	3,69	0,00	196,97	0,00	0,00	252,09
ПФТС	251,08	5 555,30	89 216,36	0,80	0,00	0,00	0,00	0,00	95 023,54
КМФБ	31,45	1 412,90	0,00	298,97	0,00	0,00	0,00	0,00	1 743,32
УМВБ	21,71	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	21,71
Перспектива	3,94	2 340,48	121 747,74	61,03	11 376,81	675,61	0,14	90,81	136 296,56
СЄФБ	0,26	57,60	0,00	1,23	0,00	0,00	0,00	0,00	59,09
УБ	1 850,16	17,51	293,05	28,55	0,00	156,08	1 190,25	0,48	3 536,08
Усього	2 179,96	9 433,74	211 257,15	395,30	11 376,81	1 028,65	1 190,40	91,29	236 953,29

За результатами торгів на організованому ринку обсяг біржових контрактів з цінними паперами протягом січня-грудня 2016 року становив 236,95 млрд. грн.

Протягом січня-грудня 2016 року порівняно з даними аналогічного періоду 2015 року обсяг

біржових контрактів з цінними паперами на організаторах торгівлі зменшився на 17,21% (або на 49,25 млрд. грн) (січень-грудень 2015 року – 286,21 млрд. грн).

Найбільший обсяг торгів за фінансовими інструментами на організаторах торгівлі протягом зазначеного періоду зафіксовано з державними облігаціями України – 211,26 млрд грн (89,16% від загального обсягу біржових контрактів на організаторах торгівлі у січні-грудні поточного року).

На організаційно оформленому ринку протягом січня-грудня 2016 року спостерігалася консолідація торгівлі цінними паперами на двох фондових біржах «Перспектива» та «ПФТС», що становило 97,62% вартості біржових контрактів.

За даними аналітиків НКЦПФР з початку року мінімальна дохідність гривневих ОВДП впала на 3%. Кореляція дохідності по ОВДП відбувалась, зокрема, на фоні зменшення облікової ставки НБУ. Всього на 1% зменшився розрив між мінімальною та максимальною дохідністю протягом року. Разом з тим, різниця між максимальною та мінімальною дохідністю залишалась досить значною, та склала на кінець року 5%. [1;6;13]

По валютним ОВДП протягом року дохідність та різниця між максимальною та мінімальною дохідністю залишались досить великими. Всі розрахунки за валютними ОВДП відбуваються у національній валюті, отже курсова волатильність значно впливає на криву дохідності. Розрив в 2 рази вищий за гривневі ОВДП.

Протягом 2016 року спостерігалась зацікавленість інвесторів до державних облігацій з середньостроковим терміном погашення (від 2 до 3 років) та помірне зростання попиту на облігації з довгостроковим терміном погашення. Тенденція зростання попиту на державні облігації з середньостроковим та довгостроковим терміном погашення є позитивним індикатором та свідчить про зростання довіри інвесторів до державних боргових інструментів. Разом з тим, IV квартал продемонстрував різке зменшення попиту на довгострокові інструменти. Відмова від довгострокових інструментів, зокрема, пов'язана з значною волатильністю курсу в IV кварталі, відстрочкою отримання чергового траншу МВФ, тобто об'єктивних макроекономічних факторів, які чутливо впливають на попит інвесторів. [1;6;13]

Розглядаючи український ринок державних цінних паперів, можна виділити декілька видів проблем, які заважають його поліпшенню :

1. Проблеми, пов'язані із законодавчим регулюванням.
2. Інфраструктурні проблеми.
3. Вузкий спектр інструментів ринку державних цінних паперів.
4. Проблеми довіри населення до фінансового ринку в цілому.

Недостатньо швидке реагування законодавчих органів на зміни кон'юнктури ринку є проблемою законодавчого управління. Вирішенням цього питання може послужити використання досвіду міжнародної діяльності, впровадження міжнародних норм управління фондовим ринком, розробка детальних пояснень до законів. [7]

Аналізуючи інфраструктурне питання, необхідно виділити слабо розвинену систему первинного і вторинного розподілу державних цінних паперів, а також слабо розвинену систему інформування про них, низьку долю приватних вкладників. В якості вирішення цього питання може бути використана розробка інфраструктурних систем, орієнтованих на приватних інвесторів, зміну системи інформованості про випуск цінних паперів, посилення вимог до емітентів цінних паперів, створення правил для емітентів, щоб вони знали їх і змогли чітко виконувати свої зобов'язання.

Нині на українському ринку введені у використання різні типи державних цінних паперів, проте не можна говорити про значні відмінності в них. Аналізуючи види представлених на ринку паперів, слід зазначити той факт, що існує реальна нестача інструментів, орієнтованих на приватних спекулянтів. Переважаючу вагу на даний момент мають великі інституціональні інвестори, тому вибір типів державних цінних паперів, що випускаються, націлений на задоволення цієї необхідності.

Випуск в обіг принципово нових інструментів, що представляють інтерес для приватних вкладників, буде вирішенням проблеми. [8]

Повна відсутність довіри до фінансових ринків, а також низька фінансова обізнаність громадян є ще однією важливою проблемою. Суть цієї проблеми лежить в недостатній інформації про функціонування ринку, а також в нестабільному фінансовому положенні в нашій країні і невпевненості громадян в тому, що через певну кількість часу держава буде здатна виконати свої зобов'язання. Тільки при об'єднанні зусиль держави і учасників фінансового ринку можливо розв'язати цю проблему. Держава повинна ретельно стежити за діяльністю інститутів ринку, тільки

тоді громадяни зможуть бути упевненими, а ці інститути повинні діяти відкрито, доносити інформацію цілком і без всяких спотворень.

Перспективи розвитку ринку державних цінних паперів в Україні позитивні. Для сприятливішого функціонування ринку держава створює безліч умов, а саме: відбувається вдосконалення нормативно-правової бази, посилення контролю за її функціонуванням, розвиток інфраструктури ринку, системи інформування про нього, створення короткострокових і довгострокових програм розвитку.

Роль ринку державних цінних паперів дуже висока і для успішного зростання країни і для перерозподілу фінансових ресурсів держави. Фінансування дефіциту бюджету, розвиток і здійснення великих інвестиційних проектів - усе це дозволяє втілити в життя ринок цінних паперів, дозволяючи державі залучати грошові кошти. Сьогодні вітчизняний ринок державних цінних паперів продовжує змінюватися, без сумніву, в кращий бік, демонструючи свої позитивні якості. Незважаючи на наявність низки проблемних питань, їх рішення реальне. [9;10;11;12;13]

Удосконалення ринку цінних паперів найбільшою мірою залежить від політики уряду і є неможливим без удосконалення законодавства України, яке повинне чітко регулювати всі види операцій з цінними паперами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку//<http://nssmc.gov.ua/fund/analytics>
2. Пастушок Т.О. Проблеми обігу ОВДП в Україні та шляхи їх вдосконалення [Електронний ресурс] / Т.О.Пастушок, Г.В.Ступарик – Режим доступу : <http://intkonf.org/pastushok-to-stuparik-gv-petruk-of-problemi-obigu-ovdp-v-ukrayini-ta-shlyahi-yih-vdoskonalennya/>
3. Марченко С. К. Ринок державних цінних паперів в Україні [Електронний ресурс] / С. К. Марченко, Я.В.Чернелівська – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/30_NIEK_2011/Economics/3_96167.doc.htm.
4. Закон України « Про цінні папери та фондовий ринок» від 23 лютого у, стаття № 10.
5. Офіційний сайт Державної іпотечної установи// <http://ipoteka.gov.ua/node/8>
6. Офіційний сайт Державного комітету статистики України// <http://ukrstat.gov.ua/>
7. Моташко Т.П. Напрями підвищення активності населення на внутрішньому ринку державних запозичень України / Т.П. Моташко // Інвестиції: практика та досвід. - 2011. - №6. – С.45-47.
8. Стеценко, Б. До питання місця та ролі державних цінних паперів на фондовому ринку України / Б. Стеценко // Ринок цінних паперів України. - 2011. - № 1/2. - С. 57-64.
9. Кириченко О.А. Держава на фінансовому ринку України в умовах подолання глобальної фінансової кризи/ О.Кириченко//Інвестиції: практика та досвід. -2010. - №14. – С.25-29.
10. Савенко О. "Ринок внутрішніх державних облігацій" //Ринок цінних паперів України. - 2010. - №2.- С. 11-17.
11. Боринець, С. Я. Економічна природа та призначення державних цінних паперів / С. Я. Боринець, Л. В. Могилко // Інвестиції: практика та досвід. - 2011. - № 13. - С. 29-31.
12. Мещерякова Т.К. Біржова справа : практикум / Т. К. Мещерякова, В. О. Козловський, О. Й. Лесько. – Вінниця : ВНТУ, 2016. – 79 с.
13. Мещерякова Т.К. Проблеми і перспективи біржової торгівлі сільгосппродукцією [Електронний ресурс] / Т.К.Мещерякова – Режим доступу : <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2016/paper/view/430>
14. Україна фінансова/інформаційно-аналітичний портал Українського агентства фінансового розвитку// http://ufin.com.ua/analit_mat/rzp/182.htm

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

Оцінка ефективності інноваційного проекту для промислового підприємства

Вінницький національний технічний університет

Анотація. В роботі розглянуто показники, які впливають на оцінювання інноваційного проекту та наведена методика оцінки ефективності інноваційного проекту на базі теорії нечіткої логіки, яка дозволяє враховувати як кількісні так і якісні фактори впливу на проект.

Ключові слова: інновації, проект, нечітка логіка, інноваційний проект.

Abstract. The paper discusses the indicators that affect the assessment of the innovative project and the technique of an estimation of efficiency of innovative project on the basis of the theory of fuzzy logic, which allows to take into account both quantitative and qualitative factors of influence on the project.

Key words: innovation, project, fuzzy logic, innovative project.

В умовах жорсткої конкуренції промисловим підприємствам необхідно випускати інноваційну конкурентоспроможну продукцію, яка буде користуватися попитом як на вітчизняному ринку так і на закордонному. Забезпечення конкурентоспроможності продукції потребує використання сучасних інноваційних технологій, енергозберігаючого обладнання, ефективного використання наявних ресурсів та інші чинників, тому досить важливим залишається питання оцінки ефективності інноваційного проекту на промисловому підприємстві.

Сьогодні існують різні методики оцінки інноваційних проектів. Однією з найпростіших і найбільш розповсюдженою є визначення терміну окупності вкладених інвестицій в інноваційний проект шляхом розрахунку кількості років, протягом яких будуть погашені вкладені інвестиції за рахунок одержаних доходів. Інший метод полягає у розрахунку коефіцієнта ефективності інвестицій шляхом ділення середньорічного прибутку на середню величину інвестицій. Метод чистої поточної вартості передбачає визначення різниці між загальною накопиченою величиною дисконтованих доходів за визначену кількість років та первісними інвестиціями. Метод переліку критеріїв передбачає розгляд відповідності проекту встановленим критеріям по яким дається окрема оцінка. До цих критеріїв відносять: цілі організації, стратегію, політику і цінності, фінансові, виробничі, зовнішні і екологічні критерії [1-7]. Методика використання інтегрального показника, яка враховує результати інноваційної діяльності і відповідність завданням обраної стратегії розвитку підприємства.

Незважаючи на існування теоретичних і практичних розробок в управлінні інноваційною діяльністю підприємства, існує необхідність в розробленні методики оцінки інноваційного проекту на промисловому підприємстві, яка дає можливість враховувати кількісні і якісні фактори впливу на проект за допомогою яких можна оцінити техніко-організаційний рівень нововведення і його конкурентоспроможність. Традиційні методи оцінки інноваційних проектів не дозволяють описати причинно-наслідкові зв'язки між параметрами впливу і прогнозування величиною за допомогою параметрів, які використовують якісні показники. Використання теорії нечітких множин дає можливість приймати оптимальні рішення по оцінці інноваційних проектів для промислових підприємств, які потребують інвесторів та фінансування з урахуванням кількісних і якісних параметрів за результатами віртуального експерименту.

Методика оцінки інноваційного проекту промислового підприємства на основі апарату нечіткої логіки представлена в етапах [7].

1. Необхідно побудувати дерево логічного висновку, яке відображає класифікацію факторів, які впливають на оцінку інноваційного проекту (Y).

Лінгвістичну змінну Y можна відобразити у вигляді співвідношення:

$$Y = FY (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7), \quad (1)$$

де X_1 - лінгвістична змінна (ЛЗ), яка описує матеріально-технічні показники проекту (коефіцієнт оновлення технологій, коефіцієнт оновлення продукції, рівень технологічного потенціалу);

X_2 - ЛЗ, яка описує науково-теоретичні параметри проекту (коефіцієнт використання придбаних розробок, коефіцієнт використання власних розробок, коефіцієнт наукоємності виробництва, коефіцієнт наукоємності виробництва, коефіцієнт співвідношення придбаних та власних розробок);

X_3 - ЛЗ, яка описує інтелектуальні параметри проекту (провідні кваліфіковані фахівці, рівень освіти апарату управління, питома вага вчених в загальній кількості співробітників, винахідницька і раціоналізаторська активність співробітників, частина робітників, зайнятих безперервним навчанням, старіння знань і кваліфікацій);

X_4 - ЛЗ, яка описує інформаційно-інноваційні параметри проекту (затрати на інформаційну діяльність, коефіцієнт повноти інформації, коефіцієнт точності інформації, коефіцієнт суперечливості інформації, ступінь новизни, ступінь пріоритетності проведених робіт, наявність патентів, ліцензій);

X_5 - ЛЗ, яка описує фінансові параметри проекту (частина витрат на НДДКР в обсязі товарної продукції, частина витрат на придбання нематер. активів в загальних витратах на дослідження і розробку, наукоємність продукції, що виробляється);

X_6 - ЛЗ, яка описує ринкові параметри проекту (ступінь конкурентоспроможності, наявність попиту, ступінь просування інновацій на ринок);

X_7 - ЛЗ, яка описує економічні параметри проекту (приріст продуктивності праці, приріст фондів, приріст швидкості обороту оборотних коштів, приріст обсягу випуску продукції за рахунок інтенсифікації використання трудових, матеріальних і фінансових, приріст прибутку, зниження собівартості продукції, приріст рентабельності продажів від інновацій, приріст рентабельності інноваційних активів, приріст рентабельності капітальних вкладень).

2. Фазифікація чинників тобто необхідно вибрати нечіткі терми для лінгвістичної оцінки факторів і формалізувати ці терми за допомогою функцій належності.

3. Скласти нечіткі матриці знань, до яких відносять результати віртуального експерименту, в яких експерт відповідає на питання, якою буде лінгвістична оцінка вихідного показника при комбінації лінгвістичних оцінок факторів.

4. Сформулювати нечіткий логічний висновок, який допомагає розрахувати прогнозований показник у вигляді нечіткої множини за допомогою системи висловлювань "ЯКЩО - ТО", яка об'єднує нечіткі терміни вихідних і вхідних змінних за допомогою операцій І та АБО, прийнятих в теорії нечітких множин, і відповідають операціям min та max.

5. Дефазифікувати вихідний показник, тобто перетворити нечітку інформацію в чітку форму.

Отже в роботі наведена методика оцінки інноваційного проекту промислового підприємства на основі апарату нечіткої логіки, яка дозволяє враховувати кількісні і якісні фактори впливу на управлінське рішення та допомагає на етапі техніко-економічного обґрунтування проекту планувати заходи при обмеженій кількості фактичних даних.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. 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.

2. Методичні вказівки для підготовки та написання курсової роботи з дисципліни «Економічне обґрунтування інноваційних рішень» [Текст] : для студентів, що навчаються за спеціальностями: 7.05020101 – Комп'ютеризовані системи управління та автоматика; 7.05100101 – Метрологія та вимірвова-льна техніка; 7.05100401 – Лазерна та оптоелектронна техніка / уклад. : Л. О. Нікіфорова, В. В. Кавецький, О. О. Адлер. – Вінниця : ВНТУ, 2016. – 58 с.

3. Кавецький В. В. Економічне обґрунтування інноваційних рішень [Текст] : практикум / В. В. Кавецький, В. О. Козловський, І. В. Причепа. – Вінниця : ВНТУ, 2015. – 113 с.

4. 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. - Дніпропетровськ : ПДАБА, 2015. - Вип. 94. - С. 199-201.

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. Інноваційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник / [В. О. Козловський, А. О. Азарова, О. Й. Лесько, М. І. Небава]. - Вінниця : ВНТУ, 2012. - 130 с.

7. Ратушняк О. Г. Управління інноваційними проектами на промислових підприємствах в сучасних умовах господарювання [Текст] / О. Г. Ратушняк, О. Г. Лялюк // Розвиток підприємництва в Україні: теорія, методологія та практика : колективна монографія / під редакцією О. О. Непочатенко. — Умань : Видавець «Сочинський М. М.», 2017. — С. 218–224.

Ратушняк Ольга Георгіївна, к. т. н., доцент кафедри економіка підприємства і виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, ogratushnyak@mail.ru

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ЗА УМОВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті охарактеризовано основні тенденції функціонування та розвитку вітчизняного бізнесу за сучасних умов. Визначено основні проблеми становлення та функціонування підприємництва в країні. Охарактеризовано основні напрямки його розвитку з урахуванням вимог глобалізації та євроінтеграції.

Ключові слова: підприємництво, бізнес, глобалізація, євроінтеграція.

Abstract

In the article the main trends of functioning and development of domestic business are described in modern terms. The main problems of formation and functioning of entrepreneurship in the country are identified. Basic directions of his development are described taking into account the requirements of globalization and eurointegration.

Keywords: entrepreneurship, business, globalization, European integration.

Вступ

Особливістю сучасного етапу розвитку світового господарства є зростання взаємозалежності економік різних країн та інтенсифікації господарських зв'язків між ними, стрімкий розвиток інтеграційних процесів, зростання ринку знань та інтенсивний перехід розвинутих країн до економіки інноваційного типу, що вимагає врахування впливу зовнішніх чинників і відповідних тенденцій при формуванні національного потенціалу конкурентоспроможного розвитку.

Підприємництво є джерелом стійкого економічного зростання, стабільності суспільства та забезпечення зайнятості в країні, що безпосередньо впливає на підвищення рівня та якості життя населення. Стабілізація та зростання економіки неможливі без розвитку бізнесу, що потребує розробки та застосування ефективних механізмів підприємництва в країні. Це вимагає постійної ідентифікації вимог і тенденцій глобального бізнес-середовища та відповідної реакції з боку підприємницьких і державних структур.

Метою дослідження є визначення перспективних напрямків розвитку вітчизняного підприємництва за сучасних умов господарювання.

Результати дослідження

Становлення та розвиток бізнесу відбувається в контексті конкретних суспільно-економічних умов та під впливом складної системи внутрішніх і зовнішніх чинників, які, з одного боку, стимулюють процеси розвитку, а з іншого, – стримують їх. Значний вплив на процеси становлення та зростання підприємницького сектору в Україні мають саме зовнішні фактори.

Посилення конкурентної боротьби на внутрішніх і зовнішніх ринках, виникнення нових її форм і методів, значна диференціація попиту споживачів вимагають пошуку пріоритетних напрямків здобуття конкурентних переваг вітчизняними підприємствами в контексті інтенсифікації глобалізаційно-інтеграційних процесів та сучасних кризових перетворень в національній економіці [1].

Загострення політичної та посилення економічної нестабільності в 2014 році негативно позначились на основних макроекономічних показниках країни. За даними Державної служби статистики України в 2015 році відбулось зниження основних макроекономічних показників порівняно з попереднім роком: ВВП зменшився на 9,9%; експорт товарів і послуг – на 27,2%; імпорт товарів і послуг – на 29,9%; обсяг промислової продукції – на 13,4%; реальний наявний дохід населення – на 22,2%, капітальні інвестиції – на 1,7%, реальна заробітна плата – на 20,2% [2].

Позитивні зрушення в національній економічній системі можна спостерігати за підсумками 2016 року: ВВП у III кварталі 2016 р. порівняно з відповідним періодом попереднього року збільшився на 2%; обсяг промислової продукції за підсумками року зріс на 2,4%, капітальні інвестиції – на 18%; імпорт товарів і послуг – на 3,7%; реальна заробітна плата – на 21,4%; оборот роздрібної торгівлі – на 3,1%. Однак негативні тенденції прослідковуються в показниках експорту

товарів і послуг (зниження показника на 4,1% за підсумками 2016 року порівняно з попереднім роком); споживчі ціни зросли на 12,4%, а ціни виробників промислової продукції – на 35,7% за даними грудня 2016 р. порівняно з груднем 2015 р. [2].

Незважаючи на певні позитивні зрушення, що вказують на ознаки стабілізаційних процесів у вітчизняній економіці, національна економічна система перебуває в стані кризи і соціально-економічна ситуація в країні все ще залишається складною та неоднозначною. Значний вплив на хід економічних процесів, особливо за умов нестабільної ситуації, та ключову роль у створенні передумов для соціально-економічного відновлення національної економіки має розвиток підприємницького сектору в країні, особливо в частині малого та середнього бізнесу.

В розвинутих європейських країнах, зокрема, країнах-членах Організації економічного співробітництва і розвитку, малі та середні підприємства становлять понад 99% усіх підприємств та забезпечують робочими місцями майже 65 млн громадян, або близько 70% зайнятого населення ЄС, їх внесок у додану вартість за витратами виробництва досягає 60% [3].

Незважаючи на кризові перетворення в національній економіці, в 2015 році збереглась позитивна динаміка щодо загальної кількості господарюючих суб'єктів в країні. В 2015 році в Україні функціонувало 1974318 суб'єктів господарювання (21% – підприємства, решта – фізичні особи-підприємці (ФОП)), що на 2,2% перевищує кількісні показники 2014 року. Питома вага малих і середніх підприємств в загальній кількості підприємств в Україні в 2015 році склала 99,98%; частка малих підприємств, включаючи фізичних осіб-підприємців, – 99,21%; середніх – 0,77%; великих – 0,02%. В цілому в сфері малого та середнього підприємництва з урахуванням фізичних осіб-підприємців в 2015 році було зайнято близько 6,5 млн осіб, або майже 39% зайнятого населення працездатного віку [1–2]. Разом з тим, за видами економічної діяльності більше половини суб'єктів малого і середнього підприємництва працюють у сфері оптової та роздрібної торгівлі, а виробнича сфера залишається нерозвиненою.

Варто зауважити, що зростання загальної кількості господарюючих суб'єктів в країні відбулось, насамперед, за рахунок зростання кількості фізичних осіб-підприємців (у 2015 році зростання склало 2,5% порівняно з попереднім роком). Натомість, динаміка кількості великих і середніх підприємств з 2012 року є негативною. В 2015 році зниження показника досягнуло майже 15% та 4,4% порівняно з 2014 роком для великих і середніх підприємств відповідно [2].

Тенденція до зростання частки малого бізнесу в структурі підприємницького сектору України протягом останніх років має важливе значення для національного господарства, оскільки мале підприємництво є базовою ланкою ринкової економіки, що при вмілому використанні може стати дієвим інструментом перебудови та розвитку економіки в цілому. Однак значне переважання в структурі вітчизняного малого бізнесу ФОПів не відповідає структурі малого бізнесу європейських країн (SME – small and medium enterprise), оскільки, як зазначають експерти, вітчизняні ФОПи – це переважно самозайнятість в умовах кризи, що не дозволяє генерувати значний дохід. За стандартами Єврокомісії до SME відносять компанії з кількістю працюючих до 250 осіб і оборотом до 50 млн євро. Європейський рівень SME за оборотом на одну особу в 100 і більше разів перевищує те, що ми називаємо середнім бізнесом в Україні [4].

За підсумками 2016 року очікуємо значне скорочення кількості ФОПів, що припинили свою діяльність внаслідок впровадження в дію змін щодо оподаткування роботи фізичних осіб-підприємців та неспроможності їх сплачувати щомісячний податок.

Увага та підтримка малого бізнесу державою може стати ефективним механізмом розвитку середнього підприємницького сектору, який показує негативну динаміку кількості господарюючих суб'єктів, починаючи з 2012 року.

Важливим завданням державної політики в напрямку стимулювання розвитку бізнесу в Україні має стати спрощення процедур започаткування та поліпшення умов ведення бізнесу, формування сприятливих та відносно прогнозованих умов для успішного розвитку національного підприємництва в перспективі.

Світовим банком опубліковано глобальне дослідження Doing Business-2017 та супроводжуючий його рейтинг щодо створених у країнах світу умов для ведення бізнесу. Рейтинг охоплює 190 країн і умови для ведення бізнесу протягом II півріччя 2015–I півріччя 2016 років. Враховуючи ретроспективне застосування дещо зміненої цьогорічної методики дослідження, наша країна за рік покращила свою позицію в рейтингу легкості ведення бізнесу лише на 1 позицію, піднявшись з 81 місяця на 80 місце. Позитивні зрушення експертами відзначено лише в 2 з 10 основних компонентів

дослідження – «Захист прав міноритарних інвесторів» та «Забезпечення виконання контрактів». Всі інші зміни фактично відбулися за рахунок зміни методології та динаміки інших країн [5].

Україна продовжує втрачати позиції у глобальному рейтингу країн світу за показником економічної конкурентоспроможності. Так, за опублікованим Всесвітнім економічним форумом Індексом глобальної конкурентоспроможності 2016–2017, Україна посіла 85-е місце серед 138 країн світу, втративши за рік шість позицій (у попередньому рейтингу займала 79-у позицію). Негативними факторами для ведення бізнесу згідно із дослідженнями глобальної конкурентоспроможності у нашій країні визначено (в порядку зменшення): корупцію, політичну нестабільність, інфляцію, неефективну державну бюрократію, ускладнений доступ до фінансів, часту зміну урядів, високі податкові ставки, складність податкового законодавства, регулювання валютного ринку, невідповідну якість інфраструктури, обмежувальне регулювання ринку праці, недостатню здатність до інновацій, злочинність та крадіжки, погану етику робочої сили, низьку якість охорони здоров'я та недостатню освіченість працівників [6].

Незважаючи на складність фінансово-економічної ситуації в країні, опитування керівників українських підприємств, проведене Національним банком України в IV-му кварталі 2016 року, показало, що вітчизняний бізнес позитивно оцінює перспективи економічного зростання на наступний рік, очікуючи підвищення економічної активності вітчизняного підприємницького сектору. Основними негативними чинниками розвитку підприємств за результатами опитування є нестабільна політична ситуація в країні та занадто високі ціни на енергоносії [7].

Посилення кризових явищ у національній економіці може призвести до погіршення перспектив розвитку бізнесу в Україні. Непередбачуваність та недосконалість нормативно-правової бази, складність вітчизняної системи оподаткування, неврегульованість соціально-трудових відносин суттєво ускладнюють адаптацію бізнесу до сучасних соціально-економічних умов господарювання. Важливим завданням держави має стати створення сприятливих умов для функціонування та розвитку підприємництва в країні без бюрократичних бар'єрів з адекватною податково-правовою базою. Основним напрямком поступового відновлення та розвитку національної економіки має стати стимулювання та формування інфраструктури підтримки малого та середнього бізнесу, який складає основу економік більшості розвинутих країн світу.

Важливим напрямком підтримки має стати стимулювання розвитку інноваційного підприємництва в країні. За сучасних умов інноваційний шлях розвитку для підприємства є найбільш перспективним. Широко визнається, що інновації є центральним фактором зростання виробництва та продуктивності праці. Завдяки прогресу в технологіях та збільшенню інформаційних потоків знання розглядаються як основна рушійна сила економічного зростання. Саме інноваційні рішення орієнтують підприємства на якісні зміни в усіх процесах господарювання та є основою досягнення позитивного результату [8].

Відновлення економічного зростання в Україні вимагає побудови нової моделі економічного розвитку, заснованої на інноваціях при їх інвестиційному забезпеченні. Цей напрямок зростання сьогодні виступає основним фактором здійснення перебудови економіки і є важливою складовою соціально-економічного розвитку будь-якої держави. Інноваційно-інвестиційна модель економічного зростання показала себе як пріоритетний шлях розвитку провідних країн світу, спрямований на якісне покращення господарювання підприємств і життя громадян [9].

В 2015 р. інноваційною діяльністю в Україні займалися 17,3%, в 2014 р. – 16,1%, в 2013 р. – 16,8% суб'єктів господарювання в загальній структурі підприємств, що вказує на підвищення інноваційної активності бізнесу в країні. Така позитивна динаміка супроводжувалась значним збільшенням витрат на фінансування інноваційної діяльності: зростання склало майже 80% порівняно з 2014 роком [2]. Незважаючи на деякі позитивні зрушення в інноваційних процесах, інституційне забезпечення інноваційної діяльності в країні залишається несформованим, нестійким та без чітких орієнтирів для довгострокового розвитку підприємництва.

Головним джерелом фінансування інноваційних процесів в Україні залишаються власні кошти підприємств та організацій, за рахунок яких в 2015 році освоєно 97,2% їх загального обсягу. Частка залучених і запозичених коштів, а саме кредитів банків і коштів іноземних інвесторів, становила 2,4%. За рахунок державного та місцевих бюджетів освоєно 0,4% інвестицій в інноваційну діяльність (55,1 млн грн, що в 6 разів менше, ніж у 2014 році) [2].

Вирішення проблем фінансування на державному рівні може бути досягнуто за рахунок забезпечення доступу суб'єктів підприємництва до кредитних ресурсів у відповідності до визначених

національних пріоритетів, розроблення та впровадження нових фінансових інструментів, залучення міжнародних інвестицій тощо, що дозволить максимізувати потенціал економічного зростання підприємницького сектору в країні.

Важливим напрямком активізації інноваційного розвитку має стати 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 [10].

Висновки

Значна залежність економіки України від складних глобалізаційних процесів та низька конкурентоспроможність вітчизняної економіки на міжнародній арені актуалізують необхідність формування потенціалу конкурентоспроможного розвитку національного підприємницького сектору та пошуку напрямків для його зростання.

Глобалізаційні перетворення та світові інтеграційні процеси змінюють акценти в конкурентній боротьбі, трансформуючи умови та інструменти зростання та розвитку. Більшість вітчизняних підприємств не готові вести активну конкурентну боротьбу на висококонкурентних світових ринках і не здатні сформувати конкурентоспроможний потенціал свого розвитку з урахуванням жорстких вимог сучасних глобальних перетворень.

Відновлення економіки та її поступове зростання має ґрунтуватись на розбудові високотехнологічного підприємницького сектору та підвищення його конкурентоспроможності на європейському та глобальному ринках. Важливим завданням державної політики щодо розвитку інноваційного підприємництва в країні має стати налагодження плідної співпраці між владою, бізнесом і наукою. Пріоритетними напрямками для уряду країни мають стати стимулювання інноваційної активності підприємницького сектору, формування сприятливого нормативно-правового середовища та інноваційно-інвестиційного клімату.

Одним із пріоритетних завдань державної політики мають стати впровадження європейських підходів до розвитку малого та середнього бізнесу в Україні із паралельним формуванням інституційної системи її забезпечення. Втілення цієї політики має здійснюватись цілеспрямовано, системно та послідовно в комплексі національної інноваційної системи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Причепя І. В. Проблеми конкурентоспроможного розвитку підприємництва в Україні за сучасних умов / Причепя І. В., Мещерякова Т. К. // Розвиток підприємництва в Україні : теорія, методологія та практика : колективна монографія / Під ред. д.е.н. професора Непочатенко. – Умань : Видавець “Сочінський М. М.”, 2017 – 244 с.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Концепція державної економічної програми розвитку малого і середнього підприємництва на період до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : lis.gov.ua/.../article/.../Proekt_Koncepcii_do_2020_roku.doc.
4. Панченко В. 50 відтінків малого бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dda.dp.ua/2017/02/15/50-vidtinkiv-malogo-biznesu/>.
5. Doing business-2017. Україна в рейтингу світового банку легкості ведення бізнесу. Економічний дискусійний клуб [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://edclub.com.ua/analytika/doing-business-2017-ukrayina-v-reytingu-svitovogo-banku-legkosti-vedennya-biznesu>.
6. Позиція України в рейтингу країн світу за індексом глобальної конкурентоспроможності 2016–2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://edclub.com.ua/analytika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-1>.
7. Ділові очікування підприємств України. IV квартал 2016 року. НБУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=37944604>.
8. Кавецький В. В. Економічне обґрунтування інноваційних рішень : навчальний посібник / В. В. Кавецький, І. В. Причепя, Л. О. Нікіфорова – Вінниця : ВНТУ, 2015. – 136 с.
9. Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку промислових підприємств за сучасних умов / О. Й. Лесько, І. В. Причепя // Вісник ВПІ. – 2016. – № 1. – С. 44–48.
10. Ратушняк О. Г. Аналіз інноваційної активності промислових підприємств України / О. Г. Ратушняк, О. Г. Лялюк // Вісник ХНУ. Серія “Економічні науки”. – 2015. – № 2, т. 1. – С. 132–135.

Причепя Ірина Валеріївна – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, email : 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, email : Iryna_Prychepa@mail.ru.

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА СУЧАСНИХ УМОВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті охарактеризовано основні завдання маркетингу за сучасних умов. Розглянуто базові концепції маркетингу. Проаналізовано специфічні риси маркетингової діяльності в Україні та визначено напрямки підвищення ефективності маркетингового забезпечення вітчизняних підприємств за сучасних умов.

Ключові слова: маркетинг, маркетингове забезпечення, ефективність маркетингового забезпечення.

Abstract

The main tasks of marketing in the present circumstances have been characterized in the article. Basic concepts of marketing have been considered. Specific features of marketing activities in Ukraine have been analyzed and the ways of increasing the efficiency of marketing provision of the domestic production in the current circumstances have been defined.

Keywords: marketing development, marketing support, model, commercialization strategy, strategic and operative marketing decisions.

Вступ

Динамічні перетворення на глобальних і національних ринках вказують на зниження ефективності традиційних підходів до реалізації класичних програм маркетингу. Сучасні умови господарювання, які характеризуються жорсткою конкуренцією на внутрішніх і зовнішніх ринках, стрімким розвитком науково-технічного прогресу та інформаційних технологій, зміною смаків і поведінки споживачів, вимагають пошуку нових ефективних механізмів з використанням дієвих інструментів формування маркетингових конкурентних переваг і завоювання лідерських позицій на сучасному ринку.

Стрімкі перетворення в економічному геопросторі вимагають відповідної реакції і в підходах до маркетингової діяльності як для підприємств, що знаходяться на етапі становлення та розгортання своєї діяльності, так і для відомого та успішного бізнесу.

Проблемами розвитку альтернативних концепцій маркетингу займалось чимало відомих вчених, зокрема, Балабанов Л., Близнюк С., Войчак А., Григорчук Т., Дубовик Т., Дубинський І., Лирик І., Лиходій В., Мамалига С., Матвій М. та ін. Значну увагу з кола зарубіжних вчених питанням маркетингу приділяли Берман Б., Девіс К., Дональдсон Т., Еванс Дж., Кілі М., Левіт К., Мескон М. та ін.

Кризові процеси в національній економіці та боротьба за споживача в перспективі євроінтеграційних перетворень вимагають від вітчизняних підприємців пошуку альтернативних механізмів маркетингового супроводу результатів своєї діяльності (товарів, робіт, послуг) на висококонкурентних ринках, що підкреслює актуальність даної теми.

Метою дослідження є окреслення основних напрямків маркетингового забезпечення розвитку вітчизняних підприємств за сучасних умов господарювання.

Результати дослідження

За сучасних умов господарювання маркетинг є єдиним засобом встановлення зв'язків між підприємцем і споживачем, дієвим інструментом отримання інформації про бажання, уявлення та мотиви споживачів, ефективним засобом досягнення поставлених цілей.

Основним завданням маркетингу є вивчення потреб ринку в цілях максимального задоволення потреб споживачів і забезпечення умов отримання найбільшого прибутку підприємства від збуту виробленої ним продукції або надання послуг (виконання робіт). Які вироби і чому хочуть купувати споживачі; які споживчі властивості товару є пріоритетними; яку ціну споживачі готові заплатити; у яких регіонах попит на відповідну продукцію найбільш високий; де збут продукції підприємства може принести найбільший прибуток? – це далеко не єдині запитання, відповіді на які підприємці отримують засобами маркетингу при їх вмілому використанні.

Відомий вчений Пітер Друкер відзначав, що “завдання маркетингу полягає у зведенні до мінімуму зусиль зі збуту. Мета маркетингу – досягнення такого рівня знань і розуміння потреб клієнтів, при якому товари та послуги, які ви пропонуєте, будуть повністю їм відповідати і самі себе продавати” [1].

Маркетингове забезпечення є сукупністю методів, прийомів, інструментів, які застосовуються для вирішення завдань щодо максимального задоволення потреб споживачів та максимізації прибутку від збуту продукції (робіт, послуг).

Маркетингова діяльність, як і будь який інший вид діяльності, зазнає постійних змін, а тому маркетингове забезпечення потребує постійного оновлення у відповідності до вимог ринку з метою забезпечення стійкої конкурентоспроможності підприємства. Як показує практика господарювання, спостерігається падіння ефективності маркетингових програм, при одночасному зростанні витрат на маркетинг. Значна частина нової продукції на ринку зазнає невдач (80 % нових споживчих товарів і 30 % товарів для бізнесу не приносять прибутку). Фахівці зауважують, що більшого значення набула швидкість виходу нового продукту на ринок, а не справжня потреба споживачів в ньому. Прослідковується тенденція до зниження ефективності реклами, основною причиною чого її нав'язливий характер. За оцінками фахівців, лише 10 % людей позитивно ставляться до рекламних повідомлень. Зростає важливість точного знання свого споживача з використання методів зворотного зв'язку, зокрема тих, що пропонує Інтернет [2].

Існує п'ять основних альтернативних концепцій маркетингу, кожна з яких відповідає певному етапу становлення маркетингу, і може використовуватись підприємцями для вирішення своїх завдань [3–4]:

- удосконалення виробництва орієнтована на споживачів, які надають перевагу дешевим і доступним для придбання товарам;
- удосконалення товару передбачає постійне й всебічне підвищення якості товару й розрахована на споживачів, які готові платити високу ціну за високу якість товару;
- інтенсифікація збутових зусиль передбачає, що споживачі не купуватимуть товари фірми в достатній кількості, якщо вона не докладе додаткових зусиль у сфері стимулювання збуту (філософія збуту);
- традиційна концепція маркетингу передбачає, що запорукою досягнення мети фірми є визначення потреб цільових ринків і забезпечення бажаної задоволеності їх ефективнішими й продуктивнішими, ніж у конкурентів, методами (задоволення потреби споживача та забезпечення прибутку фірми);
- соціально-етична концепція маркетингу передбачає, що засобом досягнення мети фірми є визначення незадоволених потреб цільових ринків і забезпечення бажаної задоволеності їх продуктивнішими, ніж у конкурентів, методами, з одночасним збереженням або зміцненням добробуту споживача та суспільства в цілому.

Останнім часом широко використовуються концепція освіченого маркетингу, згідно з якою маркетингова діяльність фірми має бути спрямована на виконання завдань всієї системи маркетингу в довгостроковій перспективі, та концепція латерального маркетингу, яка передбачає, що пошук рішень відбувається нестандартними (творчими, винахідницькими, новаторськими) методами.

При розробці програми маркетингу важливо враховувати особливості ринку, на якому працюють підприємці. Специфічними рисами маркетингової діяльності в Україні є [3]:

- низький рівень платоспроможності та обізнаності вітчизняного споживача;
- низький рівень вітчизняної виробничої конкуренції, що робить непотрібним використання концепції маркетингу;
- сильний тиск розподільницьких структур, що призводить до необґрунтованого підвищення цін;
- формування прошарку професійних маркетологів знаходиться на стадії зародження;
- менталітет вітчизняного споживача породжує недовіру до рекламних акцій, стимулювання збуту тощо;
- неврегульованість законодавчої бази з питань захисту прав споживачів, реклами, недоброякісної конкуренції, реєстрації патентів та винаходів, реєстрації та охорони прав на знаки для товарів та послуг.

Рівень ефективності маркетингової діяльності не обов'язково визначається результатами поточної діяльності. Висока ефективність, в першу чергу, повинна визначатись тим, що підприємство виважено проводить маркетингову політику у стратегічному масштабі. Звідси випливає необхідність

приділяти велику увагу проблемам росту бізнесу. В сучасних ринкових умовах рости менш ризиковано, ніж не рости. Але не кожен ріст є виправданим. Потрібно, щоб він приносив хороші результати, щоб був збалансованим. Баланс має базуватися на зростанні ринкової вартості підприємства, наявності вільних коштів та прийнятному ризику ведення даного бізнесу [5].

Досить перспективним та ефективним інструментом за сучасних умов може стати маркетинг соціальних мереж, що є порівняно новою сферою діяльності для сучасних підприємств, яку вони активно опановують незалежно від масштабу та специфіки їх діяльності. Запускаючи механізми вірусного маркетингу, вони збільшують не лише кількість інформації, висвітленої на сайті, а також підвищують його рейтинг у пошукових системах.

Унікальність соціальних медіа полягає в тому, що вони дають можливість підприємству взаємодіяти безпосередньо зі споживачами, без нав'язливої дії традиційних маркетингових технологій. Наприклад, якщо компанія створює сторінку свого продукту в соціальних мережах, користувачі можуть залишати там свої коментарі, рекомендації, огляди, задавати питання та взаємодіяти один з одним, щоб обговорити компанію, бренд, продукт чи послугу. Будь-який споживацький відгук і коментар, залишений одним користувачем, може бути каталізатором для іншого користувача і, як наслідок, спонукати до вибору тієї чи іншої компанії, бренда, товару, послуги [6].

Важливим напрямком підвищення ефективності маркетингового забезпечення підприємства може стати формування ефективної системи маркетингової діяльності та розвитку персоналу засобами розробки та впровадження дієвої системи мотивації управлінців і працівників відділу маркетингу з формуванням відповідної системи їх навчання та підвищення кваліфікації [7].

Висновки

Результати проведеного дослідження підтверджують, що вітчизняні підприємства стикаються із значними труднощами в своїй діяльності: складні перетворення національної та світової економіки; посилення соціально-політичних проблем в країні; зміна цінностей та уподобань споживачів; посилення конкуренції на глобальному та національному рівнях тощо. Ці проблеми значно ускладнюють роботу вітчизняних підприємств, з іншого боку – змушують використовувати новаторські підходи до вирішення маркетингових завдань, відкриваючи нові можливості для свого розвитку.

Динамічні зміни зовнішнього середовища вимагають гнучкості, постійної адаптації та пошуку перспективних напрямків маркетингового забезпечення на висококонкурентних ринках.

Основними напрямками підвищення ефективності маркетингового забезпечення вітчизняних підприємств за сучасних умов можуть стати:

- постійний моніторинг і діагностика ринку з чіткою ідентифікацією та врахуванням вимог споживачів;

- прямий зв'язок із споживачем, використання інструментів маркетингу соціальних мереж із безпосередньою взаємодією із споживачами;

- орієнтація на творчий, винахідницький, новаторський підходи до маркетингового забезпечення діяльності підприємства;

- комплексність та активізація зусиль в напрямку підвищення ефективності товарної, асортиментної та цінової політики підприємства;

- оптимізація роботи відділу маркетингу з адекватним стимулюванням успіхів персоналу, формування знань та підвищення кваліфікації маркетологів на постійній основі;

- розробка та реалізація ефективної маркетингової стратегії підприємства із врахуванням вимог процесів глобалізації та орієнтацією на довгостроковий результат.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Лаврова Ю. В. Економіка підприємства та маркетинг : конспект лекцій [Електронний ресурс] / Ю. В. Лаврова. – Харків, 2012. – Режим доступу : <http://buklib.net/books/37178/>.
2. Голубков Е. П. Современные тенденции развития маркетинга [Электронный ресурс] / Е. П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – №1. – Режим доступа : [www. dis. ru](http://www.dis.ru).
3. Бутенко Н. В. Маркетинг : підручник / Н. В. Бутенко. – К. : Атіка, 2008. – 300 с.
4. Павленко А. Ф. Маркетинг : підручник. / Павленко А. Ф., Войчак А. В. - К. : КНЕУ, 2003. – 246 с.
5. Белявцев М. І. Маркетинговий менеджмент : навч. посібник / Під заг. ред. М. І. Белявцева, В. Н. Воробйова. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 407 с
6. Грищенко О. Ф. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства [Електронний ресурс] / Грищенко О. Ф. – Режим доступу : http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2013_4_86_98.pdf.

7. Нікіфорова Л. О. Оптимізація маркетингової діяльності у сфері «business to business» / Л. О. Нікіфорова, Т. К. Мещерякова, Р. В. Ковтун // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький : ХНУ, 2013. – № 2. – С. 166–170.

Причепя Ірина Валеріївна — канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Огородник Альона Сергіївна — студентка групи МОв-16сп, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, email : alonka-ogorodnik@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.

Ogorodnik A. S. – Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : alonka-ogorodnik@mail.ru.

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті охарактеризовано основні фактори формування конкурентоспроможності підприємств. Визначено основні проблеми та запропоновано пріоритетні напрямки забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств за сучасних умов господарювання.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкуренція, конкурентні переваги.

Abstract

The basic factors of forming of competitiveness of enterprises are described in the article. The main problems and priorities for ensuring the competitiveness of domestic enterprises in the current economic conditions are proposed.

Keywords: competitiveness, competition, competitive advantage.

Вступ

В динамічних умовах глобалістичних перетворень принципово змінюються вимоги до функціонування та розвитку господарюючих суб'єктів. Гостро постає проблема забезпечення їх конкурентоспроможності на висококонкурентних світових ринках, що змушує підприємців мобілізувати свої зусилля та ресурси в напрямку її підвищення, ведучи постійний пошук все нових резервів.

Забезпечення конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів відіграє важливу роль і в національному масштабі, адже підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників на зовнішніх ринках дозволяє збільшити експорт і врівноважити платіжний баланс країни. Разом з тим, жорстка конкуренція на ринку, особливо з боку іноземних фірм, політичні та економічні негаразди, недосконалість правової системи не дозволяють вітчизняним підприємствам сміливо дивитися в майбутнє.

Проблеми конкуренції та забезпечення конкурентоспроможності економічних суб'єктів досліджували такі зарубіжні вчені, як Д. Рікардо, А. Сміт, П. Друкер, П. Зенге, Ф. Котлер, М. Портер, Р. Солоу, Й. Шумпетер, Ф. Хайєк та ін. Вагомий внесок у дослідження конкурентоспроможності здійснили такі вітчизняні економісти, як В. Андрійчук, О. Білорус, І. Бураковський, З. Варналій, В. Вергун, В. Воротін, А. Гальчинський, В. Геєць, Я. Гончарук, Б. Губський, М. Долішній та ін.

Незважаючи на значну увагу в наукових колах до проблем забезпечення конкурентоспроможності, в динамічних умовах сьогодення перед підприємствами постійно постають нові всезростаючі вимоги до їх конкурентоспроможного розвитку, які потребують вивчення та розробки відповідних напрямів щодо їх досягнення.

Метою дослідження є визначення проблем і пошук напрямків забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств за сучасних умов господарювання.

Результати дослідження

У своєму розвитку конкуренція пройшла певний шлях удосконалення від простих до складніших форм. Конкуренція як явище була властива рабовласницькій, феодальній і навіть первіснообщинній епосі, її зародження й виникнення історично відносять до простого товарного виробництва. Конкуренція між простими товаровиробниками (ремісниками, селянами) орієнтується на суспільну (ринкову) вартість товару. Ті з них, які витрачають на одиницю продукції більше праці порівняно з суспільно-необхідними, в конкурентному суперництві втрачають свої позиції й не мають успіху [1].

Конкурентоспроможність підприємства розкривається завдяки його здатності забезпечувати свою діяльність таким чином, щоб представити на ринок товар або послугу більш привабливу для споживача, ніж інші учасники конкурентних відносин. Ця здатність забезпечується умілим

використанням організаційно-управлінських, науково-технічних, економічних, маркетингових і інших засобів ведення ефективної господарської діяльності. При цьому відповідну вагу та вплив мають не тільки задіяні ресурси, але і створення умов для використання прихованих, потенційних можливостей підприємства. Конкурентоспроможність – поняття відносне, і не є безпосередньою власно-якісною характеристикою підприємства, а це означає, що конкурентоспроможність може бути оцінена тільки в рамках групи підприємств, які відносяться до однієї галузі, або які випускають аналогічні товари. Фактори, що визначають конкурентоспроможність підприємства, досить багаточисельні та різноманітні, що вимагає необхідності їх класифікації. Традиційно фактори, які визначають конкурентні можливості підприємства, поділяють на зовнішні, прояви яких мало залежать від підприємства, і внутрішні, які в основному визначаються керівництвом підприємства [2].

Аналіз конкурентоспроможності передбачає визначення факторів, які забезпечують переваги на певному ринку по відношенню до конкурентів. Конкурентні переваги є основою забезпечення конкурентоспроможності підприємства, сутність якої в економічній літературі найчастіше пояснюється здатністю випереджати конкурентів у досягненні стратегічних цілей.

Конкурентні переваги поділяються на внутрішні та зовнішні. Зовнішні конкурентні переваги виявляються в перевагах у задоволенні підприємством потреб та вимог споживача (цінність для споживача). Внутрішні конкурентні переваги виражаються в управлінських підходах до конкурентної боротьби.

Досвід останніх років засвідчив, що не всі вітчизняні підприємства здатні до ведення ефективної конкурентної боротьби. Навіть наявність конкурентоспроможної продукції (послуг) не дозволяє багатьом з них реалізовувати ці переваги внаслідок відсутності практики використання всього комплексу заходів.

Проведений аналіз показав, що основними проблемами формування конкурентних переваг вітчизняними підприємства є однобічний підхід до цього процесу, орієнтація керівництва на вирішення поточних завдань без формування відповідної стратегії конкурентоспроможного зростання в перспективі, формування конкурентних переваг з низьким рівнем стійкості, недостатня увага до пошуку резервів нарощення конкурентоспроможності тощо.

В такій ситуації для кожного підприємства стає необхідним аналіз конкурентоспроможності і розробка дієвих засобів щодо її підвищення.

Загалом, можна виділити деякі загальні ознаки, на основі яких здійснюється групування факторів конкурентоспроможності підприємства [2]: фінансово-економічний стан підприємства; техніко-організаційний рівень розвитку підприємства; характеристика процесу просування і реалізації продукції; кадрове забезпечення; людський капітал (або рівень інвестування в людський капітал); інтелектуальний капітал (або ступінь використання інтелектуального капіталу підприємства).

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].

За сучасних умов господарювання в процесі забезпечення конкурентоспроможності підприємства важливими залишаються питання якості. Головним принципом успішного формування та розвитку системи якості на підприємстві є зацікавленість вищого керівництва в результатах та наявність відповідальної особи за розробку, втілення, функціонування та розвиток системи управління процесами контролю та підвищення якості продукції (послуг). В умовах технологічних змін система менеджменту якості є основою бізнес-стратегій підприємства по забезпеченню стійких конкурентних позицій на ринку.

Основною метою виробника є отримання максимального прибутку шляхом задоволення потреб споживача. Це означає, що нова продукція, яка розробляється повинна мати більші конкурентні переваги, ніж та, що вже існує на ринку. Таким чином, на стадії проектування виробник повинен досягти максимально кращих технічних характеристик новоствореної продукції та максимально знизити її собівартість [4].

Варто відзначити, що саме конкурентні переваги з високим ступенем стійкості забезпечують можливість тривалого збереження досягнутих конкурентних позицій та захист їх упродовж тривалого часу. Ступінь стійкості конкурентної переваги обумовлюється джерелами її формування, якісним рівнем і можливостями утримання, постійного вдосконалення та розширення на основі продукування інноваційних ідей. Стійкі конкурентні переваги, які забезпечують підприємству довготривалу конкурентоспроможність, повинні ґрунтуватись на знаннях та ноу-хау, які втілюватимуться в інноваційних технологіях, нововведеннях та інноваціях, в унікальних компетенціях працівників тощо [5].

В сучасних умовах господарювання для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств необхідно вжити наступні заходи [4–7]:

на макрорівні:

- активізація інноваційно-інвестиційних процесів в країні;
- формування сприятливого бізнес-середовища;
- застосування кластерних моделей розвитку підприємництва;
- сприяння залученню додаткових інвестицій для модернізації виробництва;

на мікрорівні:

- формування, постійне вдосконалення та розвиток конкурентних переваг на інноваційних засадах;
- проектування та впровадження на ринок сучасної високотехнологічної продукції із найменшими витратами;
- постійний моніторинг за змінами і коливаннями в конкурентному середовищі з ідентифікацією факторів і чинників впливу на рівень конкурентних переваг;
- формування ефективної системи якості;
- постійне підвищення кваліфікації робітників та апарату управління підприємства;
- використання досвіду провідних вітчизняних та іноземних компаній тощо.

Висновки

Забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств має відбуватися з використанням взаємопов'язаних інструментів, форм і засобів, що базуватимуться на організаційно-управлінській, науково-технічній, економічній, маркетинговій і інтелектуальних складових. Синергетичний ефект від використання різних джерел та напрямків посилення конкурентних позицій дозволяє забезпечувати високий рівень конкурентоспроможності та відповідності інтересів вітчизняних підприємств вимогам світового ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Журило Р.М. Конкурентоспроможність підприємства : теоретичний аспект [Електронний ресурс] / Р.М. Журило // Економічні науки. – 2009. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/27_NNM_2009/Economics/52773.doc.
2. Кавецький В. В. Конкурентоспроможність промислового підприємства у світлі людського капіталу / В. В. Кавецький // Вісник Донецького національного університету. Серія “Економіка і право”. – 2007. – Вип. 1. – С. 215–226.
3. Адлер О. О. Аналіз особливостей методики визначення економічної ефективності впровадження нового обладнання в гірничодобувній галузі / О. О. Адлер, Н. М. Тарасюк, О. В. Бесмертна // Соціально-економічні засади розвитку економіки України : кол. моногр. - Умань : Видавець “Сочинський М. М.”, 2016. - Ч. 2. - С. 112–117.
4. Поліщук Л. К. Економіко-математичне моделювання конкурентоспроможності продукції сучасного підприємства / Л. К. Поліщук, О. О. Адлер // Збірник наукових праць SWorld. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції “Сучасні проблеми та шляхи їх вирішення в науці, транспорті, виробництві та освіті 2012”. – Одеса : КУПІРІЄНКО, 2012. – Вип. 4, т. 32. – С. 77–81.
5. Причепя І. В. Проблеми формування конкурентних переваг підприємства / І. В. Причепя, К. О. Стелюк // Економічний простір. – 2013. – № 80. – С. 248–256.
6. Кіндзерський Ю. Проблеми національної конкурентоспроможності та пріоритети конкурентної політики в Україні / Кіндзерський Ю., Паламарчук Г. // Економіка України. – 2006. – № 8. – С. 19–29.
7. Козловський В. О. Бізнес-планування : навчальний посібник / В. О. Козловський, О. Й. Лесько. – Видання 2-ге, доповнене та перероблене. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008. – 241 с.

Причепя Ірина Валеріївна – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Лавровська Тетяна Володимирівна – студентка групи МОВ-16сп, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, email : tania_lavrovsk@mail.ru.

Рычепя Ирина В. – Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor, Assistant Professor of the Chair of Economics Enterprise and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Lavrovska Tetiana V. – Department of Management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : tania_lavrovsk@mail.ru.

ВИКОРИСТАННЯ МОТИВАЦІЙНИХ ВАЖЕЛІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі запропоновано використати мотиваційні важелі для підвищення інформаційної безпеки підприємства у вигляді категоріальної моделі з кінцевим консолідованим результатом вмотивованості (A_1^0), який відображає рівень мотивації працівників в задачах інформаційної безпеки.

Ключові слова: мотивація, фактори, рівень, категорія, модель, інформація, безпека.

Abstract

The paper proposed to use motivational levers for improving information security company in the form of categorical model of motivation final consolidated result (A_1^0), which reflects the level of motivation of employees to information security problems.

Keywords: motivation, factors, level, category, model, information, security.

Вступ

Найбільш вразливою ланкою в системі інформаційної безпеки будь-якого підприємства, насамперед, є люди, їх слабкості. Яскравим прикладом є Германія часів Другої світової війни, коли оператори машини Enigma, для полегшення своєї роботи, використовували стандартні скорочення, що дало можливість дешифровки закодованої інформації. Тобто шифрувальники були недостатньо вмотивовані виконувати трудомістку працю з найвищим рівнем захисту і це полегшення їх роботи (виникла вразливість) відкрило шлях для створення загрози витоку інформації, що і сталося в реальності. Саме тому задача підвищення інформаційної безпеки підприємства через високий рівень вмотивованості людей є задачею, яка має не тільки наукову актуальність, але й високий рівень практичної значимості.

Результати дослідження

Мотивація є спонукаючою дією для працівників і її задовільний рівень можна визначити як основну ціль при забезпеченні інформаційної безпеки підприємства. В [1-5] описано загальні методи для мотивації працівників підприємства. В [1] основна увага зосереджена на методах, які використовуються в управлінні персоналом підприємства, але детально різномірні фактори, які впливають на рівень вмотивованості працівників в задачах забезпечення безпеки підприємств чи структур не розглядаються. В [3, 5] описані загальні методи та моделі мотивації працівників підприємства, які є перспективними для використання в рамках системи менеджменту інформаційної безпеки, але самі методи оцінки вмотивованості працівників не розглянуто. В [4] подано постановку загальної задачі про роль мотивації в забезпеченні інформаційної безпеки підприємства, але методи для цього детально не описано. В джерелі [7] розроблено загальну модель для вибору оптимального методу протидії загрозам інформаційної безпеки, але окремо вплив мотивації на ці загрози не розглянуто. В джерелі [8] було розроблено узагальнену модель оцінювання динамічного зростання кар'єри працівника, але детально їх конкретний вплив як на фактори вищого порядку, так і на загальний рівень мотивації описано не було. Роботи [9-12] присвячено опису моделей та методів, які оцінюють вплив окремих різномірних об'єктивних та суб'єктивних факторів із загальної їх множини, що можуть спричинити вплив на рівень вмотивованості працівника щодо збереження конфіденційності інформації.

Як правило, деструктивною мотивацією є незадоволеність потреб працівника щодо його матеріальних або моральних цінностей. Тобто можна сказати, що основною причиною виникнення витоку інформації через людський фактор є недостатній рівень вмотивованості такого працівника щодо збереження своєї посади і тих благ, які вона несе. Відобразимо у вигляді функції рівень вмотивованості працівників підприємств щодо збереження конфіденційної інформації (A_1^0):

$$A_1^0 = f(a_1^1; a_2^1; a_3^1; a_4^1; a_5^1; a_6^1; a_7^1), \quad (1)$$

де a_1^1 – імідж посади;

a_2^1 – наявність ресурсів, що знаходяться у підпорядкуванні;

a_3^1 – рівень самостійності в прийнятті рішень;

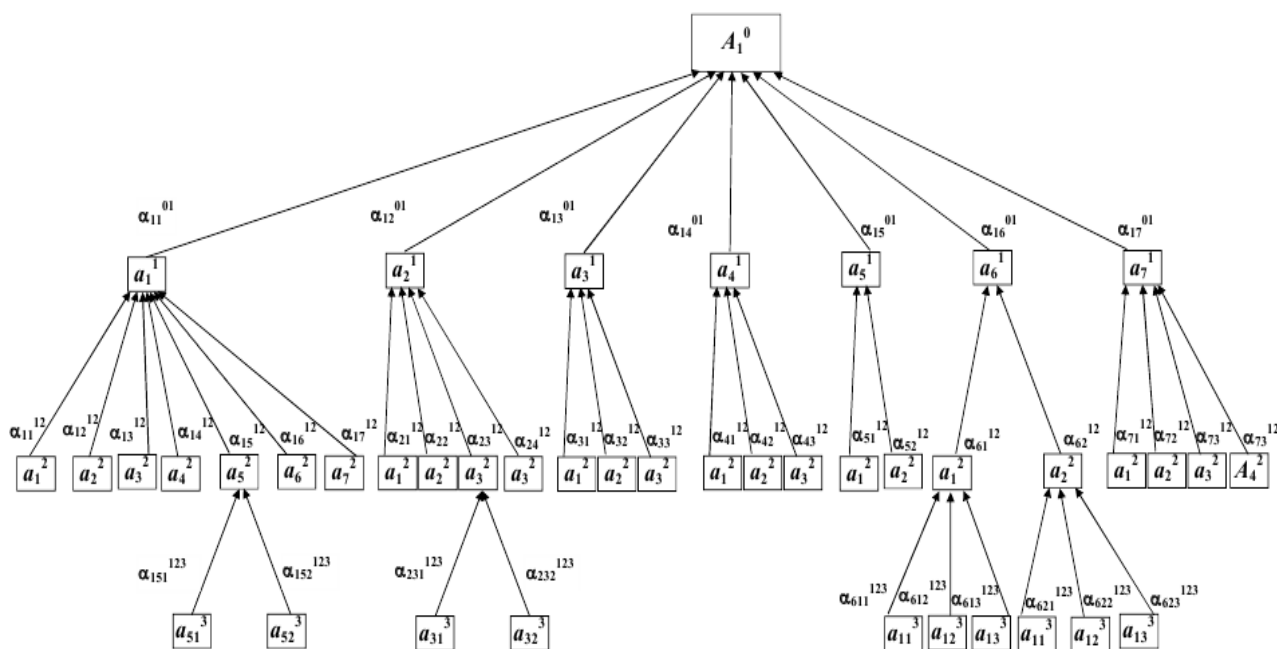
a_4^1 – рівень комунікативної діяльності в різних ієрархічних структурах управління;

a_5^1 – офіційні бонуси посади;

a_6^1 – винагорода за працю;

a_7^1 – специфічні об'єктивні фактори для різних країн.

На кожен вище визначений фактор першого порядку, який впливає на рівень вмотивованості агента та задоволення своєю посадою, в свою чергу, діють фактори другого та третього порядку [8, 13]. Узагальнену модель управління мотивацією агента безпеки було розроблено автором попередньо і висвітлено в джерелі [13]. На основі цієї моделі з використанням принципів онтології та системологічного класифікаційного аналізу було розроблено уточнену категоріальну модель факторів мотивації суб'єктів діяльності в задачах інформаційної безпеки рис. 1.



фактори третього порядку ($a_1^3 \dots a_n^3$). Детальний вплив кожного фактора на кінцевий результат A_l^0 представлено у вигляді відповідного шляху, на кшталт a_{151}^{123} .

Розроблена категоріальна модель є мобільною, і інформація в ній консолідується, починаючи з нижніх рівнів, що дозволяє швидко її адаптувати в мінливих умовах сучасного ринкового і інформаційного середовища додаючи як вертикальні, так і горизонтальні нові значимі фактори впливу на рівень мотивації суб'єктів діяльності в задачах інформаційної безпеки.

Висновки

Категоріальна модель факторів мотивації суб'єктів діяльності в задачах інформаційної безпеки, представлена на рис. 1, дає можливість, крім оцінювання A_l^0 , також оцінити рівень забезпечення загальної безпеки на аналізованому об'єкті та завчасно попередити виникнення можливих вразливостей та загроз шляхом коригуючи дій. Також розроблена категоріальна модель є мобільною, і інформація в ній консолідується, починаючи з нижніх рівнів, що дозволяє швидко її адаптувати в мінливих умовах сучасного ринкового і інформаційного середовища додаючи як вертикальні, так і горизонтальні нові значимі фактори впливу на рівень мотивації суб'єктів діяльності в задачах інформаційної безпеки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Азарова А. О. Управління персоналом : навч. посіб. / А. О. Азарова, О. О. Мороз, О. Й. Лесько, І. В. Романець; ВНТУ. – Вінниця : ВНТУ, 2014. – 283 с.
2. Мороз О. В. Моделі та методи використання мотиваційних важелів для підвищення ефективності економічного розвитку України : монографія / О. В. Мороз, Л. О. Нікіфорова, А. А. Шиян // м. Вінниця : ВНТУ, 2016 – 179 с.
3. Ожиганова М. І. Управління персоналом / М. І. Ожиганова, В. О. Хорошко, Ю. Є. Яремчук, В. В. Карпінєць. – Вінниця : ВНТУ, 2014. – 188 с.
4. Андреев В. І. Стратегія управління інформаційною безпекою / В. І. Андреев, В. Д. Козюра, Л. М. Скачек, В. О. Хорошко. – К. : ДУІКТ, 2007. – 277 с.
5. Андреев В. І. Основи інформаційної безпеки / В. І. Андреев, В. О. Хорошко, В. С. Чередниченко, М. Є. Шелест. – К. : Вид. ДУІКТ, 2009. – 292 с.
6. Таланова А. В. Основные подходы к управлению персоналом организации / А. В. Таланова, С. Р. Владимиров // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2014, № 2 [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/02/3673>
7. 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.
8. Нікіфорова Л. О. Узагальнена модель оцінювання динамічного зростання кар'єри працівника / Л. О. Нікіфорова // Матеріали XLV регіональної науково-технічної конференції професорсько-викладацького складу, співробітників та студентів ВНТУ – Вінниця: УНІВЕРСУМ – 13–15 березня 2016 – режим доступу: <http://conf.vntu.edu.ua/allvntu/2016>.
9. 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.
10. Karachina N.P. The theory-game model of optimum stimulation of higher management of enterprise / N.P. Karachina, A.A. Shiyan, I.E. Mykytiuk // Nauka i studia: Intern. scien. conf., 27 декабря 2007 р. - 05 января 2008 р.: meter. — Przemyśl, 2008. — р. 24–30.
11. Нікіфорова Л. О. Дослідження показників неформальної комунікації у соціальних мережах для виявлення агентів загроз конфіденційності / Л. О. Нікіфорова, Н. В. Горох, Г. О. Лебедева, О. В. Салієва // Реєстрація, зберігання і обробка даних. – 2016. – Т.18, №1. – С. 52-63.
12. 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.
13. 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.

ВПЛИВ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ НА СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено трансформацію механізму оподаткування доходів суб'єктів малого бізнесу та здійснено оцінювання впливу діючого порядку оподаткування доходів, отриманих від ведення підприємницької діяльності, на розвиток малого бізнесу в Україні.

Ключові слова: спрощена система оподаткування, єдиний податок, механізм оподаткування.

Abstract

It was investigated the mechanism of income taxation of subjects of small business and made assessing the impact of the existing procedure of taxation of incomes, received from business activity, on the development of small business in Ukraine.

Keywords: simplified system of taxation, single tax, taxation mechanism.

Вступ

Одним із основних важелів подолання економічної кризи в Україні є зростання підприємницької активності в усіх сферах економіки. Малий бізнес є невід'ємною складовою бізнес-середовища і забезпечує подолання диспропорцій на окремих ринкових сегментах, мобілізує значні фінансові та виробничі ресурси, сприяє подоланню безробіття та є вагомим джерелом податкових надходжень до місцевих бюджетів.

Водночас податкова політика щодо малого бізнесу постійно перебуває у стані трансформації, що дестабілізує розвиток підприємницької діяльності та погіршує інвестиційний клімат. Нині вітчизняна система оподаткування суб'єктів малого бізнесу вкотре зазнала суттєвих змін, що відповідним чином відобразилось на діловій активності підприємців, а саме спричинило значне скорочення кількості працюючих у даному секторі, припинення діяльності або перехід підприємців у «тіньовий» сегмент.

Метою дослідження є визначення впливу податкової політики на сучасний стан розвитку малого бізнесу в Україні та надання рекомендацій щодо покращення податкового клімату для суб'єктів підприємницької діяльності.

Результати дослідження

Розвиток малого та середнього бізнесу є одним із основних напрямів розвитку економіки провідних країн світу. В країнах ЄС малі підприємства забезпечують близько 50% загальної доданої вартості [1]. За статистичними даними в Україні малий бізнес займає 5-6% ВВП, але фактично близько 30-35% населення зайняті в малому бізнесі.

За даними Федерації роботодавців України 44% суб'єктів малого бізнесу працюють у сфері послуг, 25% – у сфері торгівлі, 21% – у промисловості та будівництві, 10% – в аграрній сфері [2].

В економіці України малий бізнес виконує ряд важливих функцій: зменшення рівня безробіття шляхом створення додаткових робочих місць, вирішення проблем бідності й формування середнього класу, обмеження монополізації і підтримання конкурентного середовища, швидке насичення ринку товарами і послугами, реалізація найновітніших досягнень НТП, охоплення нових видів діяльності тощо.

В той же час, інтенсивний розвиток малого бізнесу в Україні гальмується рядом чинників, основними з яких є нестабільність податкової політики та неузгодженість ряду нормативно-законодавчих актів.

Так, кожного року змінюються форми податкової звітності та порядок їх заповнення як для підприємців, що перебувають на загальній системі оподаткування, так і для тих, хто сплачує податки, використовуючи спеціальні податкові режими. Протягом останніх трьох років суттєво змінились умови використання підприємцями спрощеної системи оподаткування, розміри та ставки податків, ліміти доходу та суми єдиного соціального внеску.

З 01.01.2017 року набрав чинності Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо покращення інвестиційного клімату в Україні». Законом внесено суттєві зміни до розділів ПКУ, які стосуються адміністрування податків та зборів, зокрема, податку на прибуток, ПДФО, ПДВ, акцизного податку, рентної плати та податку на майно, спеціальних податкових режимів тощо.

Спеціальні податкові режими, які використовують більшість суб'єктів малого бізнесу, зазнали суттєвих змін. Так, для платників єдиного податку першої групи ставка – 10% від прожиткового мінімуму

(160 грн/міс), ЄСВ –50% мінімального страхового внеску (352 грн). Тобто в порівнянні з попереднім 2016 роком податкове навантаження збільшилось на 12,7% (якщо підприємцю за себе у 2016 році необхідно було сплатити 5450,64 грн податків, то у 2017 доведеться сплатити 6144 грн).

Для платників другої групи перспектива є ще менш оптимістичною. Якщо у 2016 році без найманих працівників необхідно було сплатити 7105 грн податків та зборів, то у 2017 році сплаті підлягає 16128 грн, що в 2,23 рази більше порівняно з попереднім роком. При цьому граничний обсяг річного доходу як для платників першої, так і для платників другої групи залишається без змін.

Для платників третьої групи суттєво змінились умови оподаткування у 2016 році: зменшений у 4 рази граничний рівень доходів (з 20 млн грн у 2015 р. до 5 млн грн. у 2016 р.) та збільшені ставки податку з 2% до 3% (для платників ПДВ), з 4% до 5% (для неплатників ПДВ). Зазначені тенденції, поряд із суттєвим зростанням цін на всі товари та послуги, свідчать про реалізацію державою дискримінаційної податкової політики щодо малого бізнесу.

Додатково зазначимо, що згідно статті 55 Господарського кодексу України суб'єктами малого підприємництва є фізичні та юридичні особи, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом НБУ [ст. 55, 3]. Для суб'єктів мікропідприємництва Господарським кодексом передбачено можливість отримання річного доходу до 2 млн євро [ст. 55, 3], а при нинішньому курсі це близько 57 млн грн. Відповідно, лівова частка суб'єктів мікро- та малого бізнесу нині не мають можливості використовувати спрощену систему оподаткування.

Як наслідок, значна кількість підприємств на початку 2017 року припинила свою діяльність, окремі підприємці перейшли до тіньового сектору економіки, також значно скоротилась кількість найманих працівників. Зазначені тенденції безперечно спричинили зростання рівня безробіття та підвищення соціальної напруги у суспільстві.

Варто зазначити, що внесені до податкового законодавства зміни щодо оподаткування малого бізнесу мають і деякі позитивні моменти, а саме запровадження електронного документообігу між платниками податків та контролюючими органами, запровадження єдиного реєстру заяв на відшкодування ПДВ та розповсюдження автоматичного відшкодування на всіх платників податку, нульова ставка податку на прибуток (до 2021 року) для платників податку, у яких річний дохід не перевищує 3 млн. грн. та розмір заробітної плати кожного з працівників є не нижчим за дві мінімальні зарплати [4].

Висновки

Необхідною передумовою розвитку малого бізнесу в Україні є простота, прозорість, і, головне, стабільність податкового законодавства. Податкова політика щодо малого бізнесу повинна забезпечувати підтримку та стимулювання його розвитку шляхом реалізації релевантних механізмів оподаткування.

На наше переконання, норми ПКУ та інших нормативно-правових актів мають бути узгоджені між собою, а можливість скористатись спрощеною системою оподаткування повинні мати за власним вибором і фізичні особи-підприємці, і юридичні особи, які належать до малого бізнесу. При цьому податкове навантаження повинно мати тенденцію до зниження, що дозволить підприємцям акумулювати фінансові ресурси і спрямовувати їх на розвиток власного бізнесу. Це є важливою умовою розвитку, оскільки доступ до кредитних ресурсів та державного фінансування є обмеженим та досить вибірковим.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Малый бизнес: кредитование малого бизнеса [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kreditbusiness.ru>
2. Що заважає розвитку малого бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fru.org.ua/ua/events/business-events/infohrafika-shcho-zavazhaie-rozvytku-maloho-biznesu-v-ukraini>
3. Господарський кодекс України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page2>
4. 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

САМОМЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація В роботі розглянуто різні точки зору щодо самоменеджменту та самомотивації. Наведено результати дослідження, щодо опитування працівників різних підприємств за критеріями, які відповідають типам мотивації працівника. Запропоновані рекомендації щодо покращення самоменеджменту на підприємствах.

Ключові слова: самоменеджмент, мотивація, самомотивація.

Abstract. The paper considers different points of view regarding self-management and samogotia. The results of the study concerning the survey of employees of various companies based on the criteria correspond to types of motivation. The recommendations regarding the improvement of self-management in enterprises.

Keywords: self-management, motivation and self-motivation.

У сучасних умовах господарювання проблема мотивації персоналу змушує керівника шукати нові шляхи вдосконалення системи управління персоналом. Керівник, який орієнтується на використання творчого, професійного, інтелектуального потенціалу своїх підлеглих, розвиває в них креативне мислення, інноваційний підхід до вирішення задач зможе досягнути тих фінансово-економічних показників, які стоять перед підприємством, високих конкурентних переваг на ринку та адаптуватися до динамічного зовнішнього середовища в якому функціонує підприємство.

Питанням мотивації персону присвячено велику кількість робіт як іноземних так і вітчизняних вчених. Основна їх увага приділялась питанням стимулювання праці та створенню мотивів для ефективної роботи, а питання самоменеджменту персоналу приділено не так багато уваги. Однак, Чкан А. С. та Ганза І. В. розглядають самоменеджмент як сукупність заходів та підходів, спрямованих на підвищення та розвиток потенціалу працівників як головної передумови успішного функціонування підприємства на ринку. Вони також стверджують, що використання методів самоменеджменту: дозволяє управляти собою за рахунок раціоналізації часу, енергії, вміння встановлювати цілі відповідно до сучасних реалій; дає поштовх до особистого зростання, до вирішення проблем шляхом опанування ефективної стратегії; розвиває творчий та інноваційний підхід для прийняття рішень [1]. Н. Юрик, Я. Шечук розглядають самомотивацію як вміння тривалий час обходитися без зовнішніх стимулів і контролю, в тому числі в складних і відповідальних ситуаціях [2]. Н. В. Панова розглядає самоменеджмент як цілеспрямоване і послідовне використання практичних методів в повсякденній діяльності фахівця для оптимального використання часу [3].

Авторами було проведено опитування працівників двох підприємств, щодо задоволеності своєю роботою за 12 критеріями [4, 5], які відповідають типам мотивації працівника (табл. 1).

Таблиця 1 – Типи мотивації персоналу підприємства залежно від спрямованості діяльності людини на задоволення певних груп потреб

Тип мотивації працівника	Особливості
Орієнтація на оплату праці і матеріальне винагородження	Працівники, які готові працювати понаднормово, виконувати будь-яку високооплачувану роботу для збільшення свого заробітку
Орієнтація на фізичні умови праці	Працівники, які зацікавлені у роботі з нормальними умовами праці, зручною змінністю, навіть за рахунок більш низької оплати чи невисокої змістовності праці
Орієнтація на структурування	Працівники, які прагнуть жорсткого структурування роботи, для них важливим є порядок, планування, процедури, тобто високий рівень організованості

Орієнтація на соціальні контакти	Працівники, які потребують соціальних контактів, спілкування, намагаються постійно знаходитись в оточенні інших людей
Орієнтація на взаємовідносини	Працівники, які прагнуть працювати в колективі, де панують добрі взаємовідносини, сприятливий морально-психологічний клімат, довіра
Прагнення визнання	Працівники, які потребують уваги, оцінки заслуг, досягнень і успіхів, їх визнання, схвалення від інших людей
Прагнення досягнення	Працівники, які прагнуть складних та ризикованих завдань, намагаються у своїй трудовій діяльності визначати і досягати складні багатообіцяючі цілі
Прагнення влади і впливу	Працівники, які прагнуть керувати іншими, впливати на оточуючих, мають стійку потребу в конкуренції і здійсненні влади
Орієнтація на різноманітність та зміни	Працівники, які потребують постійних змін, різноманіття цілей та завдань, нових ініціатив
Прагнення креативності	Працівники, які прагнуть бути креативними, відкритими для нових ідей, займатися творчою діяльністю
Орієнтація на самовдосконалення	Працівники, які прагнуть саморозвитку, здобуття нових знань, вмінь, навичок, професійного росту
Орієнтація на цікаву і корисну роботу	Працівники, які прагнуть цікавої, корисної праці, потреба у роботі, яка наповнення змістом і значенням, є суспільно корисною

Дослідження типів мотивації працівників було здійснено на базі компанії ПП «ARGroupHome», яке займається встановленням і обслуговуванням металопластикових вікон (м. Київ) та ІТ-компанії ПП «LS», яка розробляє сайти для інтернет-магазинів по поверненню грошей за покупки (м. Вінниця).

В ході дослідження було опитано по 10 менеджерів різних відділів кожної з фірм. Менеджерам було представлено анкету у вигляді таблиці, в якій необхідно було за 5-бальною шкалою оцінити кожен тип мотивації у їхній професійній діяльності (особисто для себе): 5-висока мотивація; 4-хороша мотивація; 3-достатня мотивація; 2-мало мотивує; 1-не мотивує взагалі. Результати дослідження представлено на рис.1, рис.2.

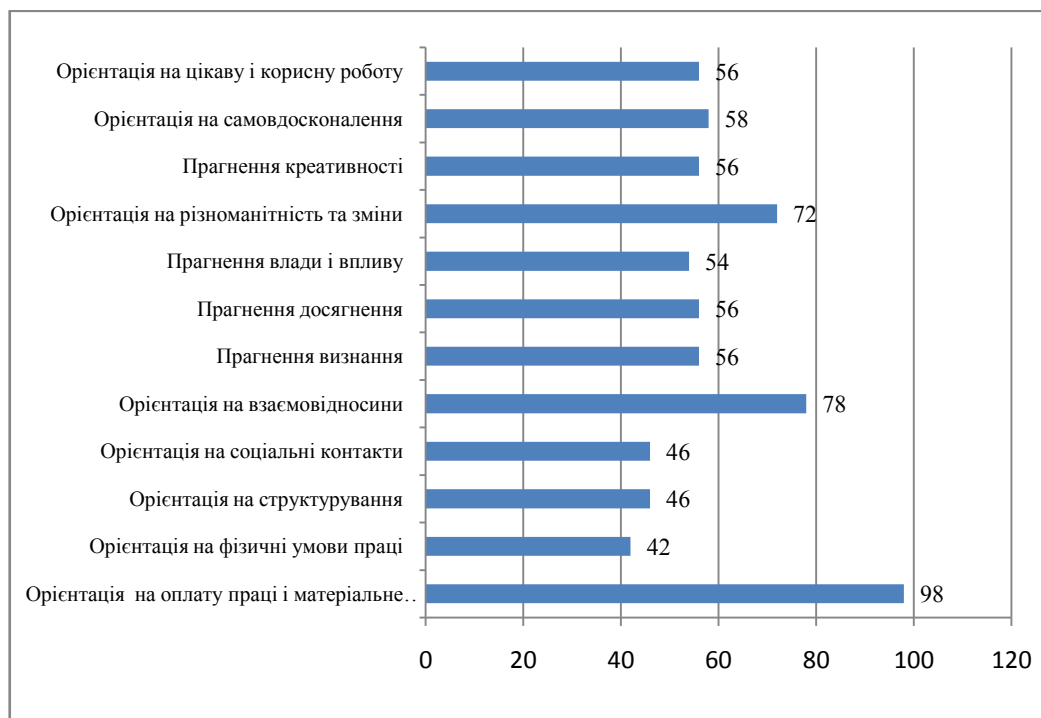


Рис.1. Результати дослідження компанії ПП «ARGroupHome», %

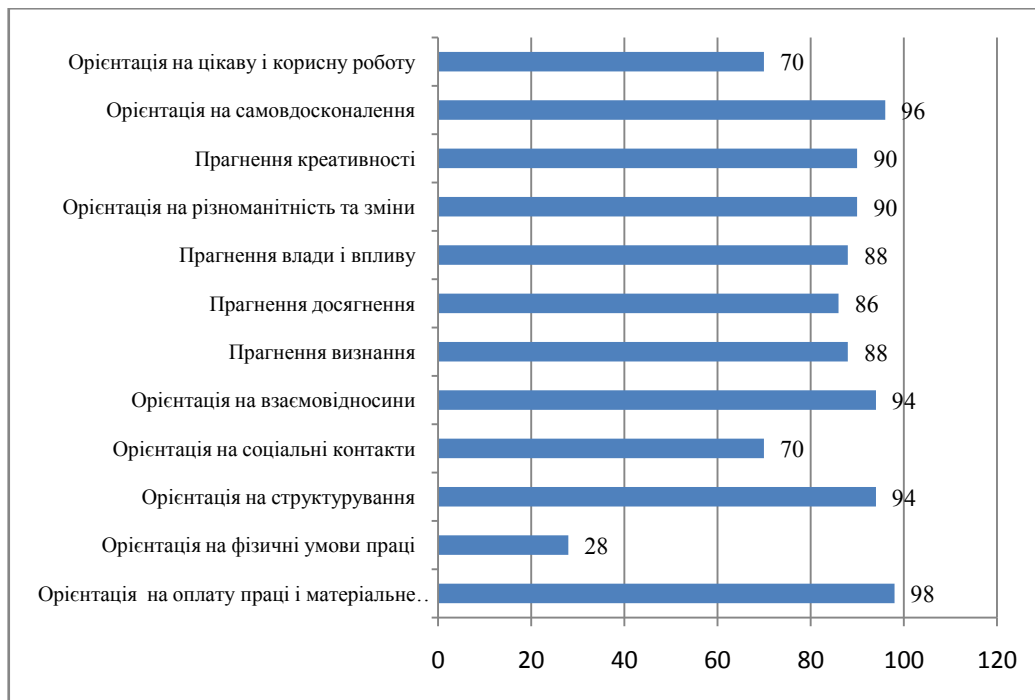


Рис.2. Результати дослідження ІТ-компанії ПП «LS», %

З рис. 1 та рис. 2 бачимо, що переважна більшість працівників обох компаній, що є нормальним, орієнтуються на оплату праці і матеріальне винагородження (98% опитаних).

На ПП «ARGroupHome» важливими трудовими орієнтаціями більшості працівників також є спрямування діяльності на забезпечення потреб у добрих взаємовідносинах із членами колективу (78% опитаних); орієнтація на різноманітність та зміни (72% опитаних). Що ж стосується самовдосконалення на ПП «ARGroupHome», то необхідність в ньому бачить трохи більше половини працівників (58% опитаних). Причинами цьому можуть бути, небажання самих працівників самовдосконалюватись та погана організація мотивації в компанії, крім того компанія є вузькопрофільною, яка орієнтується на вузьке коло послуг, працівникам не є необхідним постійно щось вивчати нове та певною мірою розвиватись, адже кожного дня вони виконують одну і ту ж монотонну роботу. Тому на підприємстві необхідно створювати умови для краєрного зростання, викликати інтерес до роботи, проводити тренінги щодо самовдосконалення працівників.

На ПП «LS» майже усі показники в 1,5-2 рази вище ніж на ПП «ARGroupHome». Працівників ПП «LS» набагато більше цікавить питання самовдосконалення (96%), креативності в роботі (90%), різноманітності (90%), досягнення високих цілей (86%). Така різниця показників обумовлена тим, що ПП «LS» є більш широкопрофільним підприємством, працівники приймають участь у різних проектах та створюють нові системи, вивчають нові програми, самодосконалюються.

Таким чином, мотивація повинна базуватися на врахуванні усієї сукупності факторів, що впливають на трудову поведінку, а для покращення самоменеджменту персоналу необхідно проводити тренінги, після яких працівники зможуть розвинути в собі такі якості як: здатність формулювати і досягати життєвих цілей і цілей підприємства; можливість реалізовувати особисту організованість, а як наслідок працівник буде встигати виконувати як особисті завдання так і завдання підприємства; самодисципліна; вміння раціонально використовувати час та встановлювати пріоритети в завданнях; можливість робити себе здоровішим; правильно розпоряджатися фінансами; боротися з поглиначами часу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Чкан А. С. Самоменеджмент як головний інструмент системи мотиваційного менеджменту на підприємстві [Текст] / А. С. Чкан, І. В. Ганза // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2014. – №1 (25). – С. 261 – 266.
2. Юрик Н. Значення самоменеджменту і самомотивації в системі управління людськими ресурсами [Текст] / Н. Юрик, Я. Шевчук // Матеріали Всеукраїнської наук.-практичної конференції

пам'яті почесного професора ТНТК, академіка НАН України Чумаченка М. Г. ТНТУ ім. І. Пулюя, 21 березня 2012 р. – Тернопіль, 2012. – С. 87 – 88.

3. Панова Н. В. Роль самоменджмента, мотивации и рефрейминга в достижении эффективности деятельности специалиста / Н. В. Панова // Экономикс. – 2013. – № 2. – С. 19-23.

4. Мартіяноа М. П. Мотивація персоналу підприємства / М. П. Мартіянова, К. М. Гончаренко // Бізнесінформ. – 2011. – № 7. – С. 151-152.

5. Ричи Ш. Управление мотивацией / Ш. Ричи, П. Мартин [пер. с англ. под ред. проф. Е. А. Климова]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 399 с.

Ратушняк Ольга Георгіївна, к. т. н., доцент кафедри економіка підприємства і виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, ogratushnyak@mail.ru

Яненко Наталія Сергіївна, студентка гр. МОв-136, факультету менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, nata.janenko@gmail.com.

Ratushnyak Olga G., cand. tex., Assistant professor of business economics and production management Vinnitsa National Technical University, Vinnytsya.

Yanenko Natalia S., student Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsya.

«Чорний» PR як метод боротьби за споживача

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті проаналізовано суть поняття «Чорний» PR та його особливості. Наведений приклад використання даного методу конкуренції. Висвітлено позитивні та негативні сторони, доцільність використання.

Ключові слова: маркетинг, конкуренція, ринок, підприємство, товари та послуги.

Abstract

The article analyzes the essence and features of black PR. Shows the example of using of black PR, Its positive and negative side and whether we should use It or not.

Keywords: marketing, competition, markets, companies, products and services..

За довгий період наукового розвитку, саме ми є очевидцями реального буму науково-технічного прогресу, що супроводжується стрімким розвитком абсолютно всіх галузей промисловостей і, відповідно, розширенням кон'юктури ринків матеріальних і нематеріальних товарів та послуг. Відповідно зі збільшенням пропозиції і розширенням ринків пропорційно росте і конкуренція на них. Загальноприйняті, стандартні способи боротьби за більшу частку ринку не можуть забезпечити бажаного результату повною мірою і тому "учасники" вдаються до різних хитростей, найбільш популярним з яких є «Чорний» PR (Public Relations).

Згідно з даними журналу "Власний бізнес" доля «Чорного» піару в українському медіа складає аж 15%, що свідчить про його високу поширеність [1]. «Чорний» піар як технологія найчастіше застосовується в якості методу ведення інформаційних воїн або ж як поширення завідомо неправдивої або негативної інформації про конкурентів та інших суб'єктах комунікації. Заходи чорного піару найчастіше застосовуються з метою підризу сформованого іміджу конкурентів, тим самим досягаючи власної переваги на ринку. Контр-реклама, антиреклама, компромат, чутки, плітки, навмисна плутанина, побутове хамство, чорний гумор— все це прийоми «чорного» піару. У даному виді піару передача новин здійснюється з малопомітними елементами навіювання. Таким чином, у об'єкта піару складається певна точка зору, вигідна саме для суб'єкта (фірми, компанії або окремої людини). Незамінним прийомом «чорного» піару є зміщення акцентів, пріоритетів при подачі інформації, так звана переробка. При цьому не вигідні для нас частини просто викидаються із загального потоку, тим самим змінюючи кінцеве сприйняття, результатом цього часто стає отримання зовсім неправдивої інформації[2].

Наприклад, у 1994 році компанія Procter & Gamble зіткнулася деякими проблемами, викликаними появою прального порошку Persil Power від компанії Unilever, який був значно ефективнішим і економнішим. Ед Артцт, голова P & G, одразу дає команду вивчити в своїх лабораторіях новий порошок конкурента, що дало змогу виявити в ньому марганцевий каталізатор, який у великих кількостях здатний сильно пошкодити тканини. 31 березня 1994 року P & G висунули ультиматум компанії Unilever і попередили, що візьмуть активні дії, якщо Unilever не забере з продажу новий порошок. Після відмови Unilever виконати вимоги, P & G почали активну "чорну" PR кампанію. Одразу в пресі з'явилися перші повідомлення про те, що порошок Power здатний руйнувати тканини, були показані приклади зруйнованих тканин. В результаті фотографії пошкодженої тканини досягли багатьох найбільших газет і журналів. Обсяги продажів нового порошку почали падати з величезною швидкістю. Після тривалої PR кампанії, що розтягнулася на кілька років, і насиченою багатьма подіями, P & G змогли домогтися знищення порошку Power і його вилучення з ринку. Для нас не важливо, чи був насправді Power шкідливим для тканин або це вигадка хіміків з P & G, але залишився один важливий факт: знайшовши реальні

компрометуючі факти, можна в буквальному сенсі роздавати конкурента, викликаючи у споживачів сумнів в істинності якості товарів конкурента.

На мою думку, неправильно класифікувати «Чорний» піар як один із видів реклами. Як було сказано вище він розглядається саме як метод ведення боротьби з конкурентом, як додаток до чесних шляхів просування об'єктів на ринку. Більше того, отримати вигоду від використання «Чорного» піару можливо лише тоді, коли компанія, яка користується даним методом, обрала правильну маркетингову стратегію і ретельно налаштувала рекламну кампанію. Використовуючи в тандемі рекламні заходи і методи зниження рейтингів компанії-конкурента можна досягнути кращих результатів.

Очевидно, що підприємства отримують значний позитивний ефект від використання методів «Чорного» піару, незважаючи на неетичність і незаконність його використання. Але який вплив він має на споживача? І чи завжди «Чорний» піар означає недобросовісну конкуренцію? Багато науковців вважають, що залежно від того, в чії руки він потрапить, він може приносити благо або зло і відповідно позиціонувати як позитивне чи негативне явище. Все залежить від інформації, яка поширюється [3]. З одного боку, оприлюднюючи факти, що підтверджують низьку якість товарів і сервісу конкурента, а також вказуючи на приховані недоліки і обман споживачів- підприємств знищує неякісні продукти, слабкий бізнес і дозволяє домогтися розквіту ринку якісних товарів. З іншого боку, «Чорний» PR в руках негідника, який використовує наклеп, перетворюється на зло. Він починає знищувати корисні товари, руйнувати чесний бізнес, дезінформувати споживачів, що в свою чергу не дає їм можливості суб'єктивно обирати товари і послуги. Створюючи підприємства, пропонуючи послуги на ринку, головна мета підприємця повинна бути максимальне задоволення потреб споживача, а потім вже отримання прибутку від підприємницької діяльності[4].

Отже, можна зробити висновок, що «Чорний» піар має 2 сторони, одна з яких має досить позитивний вплив на ринок товар і послуг. Висвітлюючи негативні сторони конкурентів, ми можемо досягнути більш прозорої картини наявних на ринку товарів, обізнаності кінцевих споживачів, стимулювати виробників покращувати якість товарів. Як свідчать прогнози експертів, «чорний» піар з часом буде тільки набирати обертів. На мою думку, побороти його неможливо, більше того у цьому немає потреби. Слід контролювати його використання і направляти у правильне русло, щоб отримувати від даного явища максимальну користь.

"Пігулки від" чорного PR "не існує. У боротьбі з ним важливі " цивілізовані методи" " [5].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Український журнал "Власний бізнес"
2. Русаковской А. В«Типологія чорного піару», М. 2001
3. Борисов Б.Л. Технології реклами і PR, М. 2001.
4. Козловський В. О., Лесько О. Й. Бізнес-планування: Навчальний посібник– Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, ВНТУ, 2008
5. Павленко А. Ф., Войчак А. В, Маркетинг: Підручник. — К.: КНЕУ, 2003.

Левченко Дмитро Олександрович, студент групи МОв-14б, факультету менеджменту, Вінницького національного технічного університету, м. Вінниці, dlevchenko@me.com.

Науковий керівник: Козловський Володимир Олександрович, к.е.н., доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниці.

Faculty of management.

Supervisor: Vladimir Kozlovsky. PhD in Economics, Associate Professor of Management, marketing and economics Vinnytsia national technical university. Vinnytsia.

USE OF SPECIFIC NATURAL CHARACTERISTICS OF THE ARCTIC REGION FOR BUSINESS INNOVATIVE DEVELOPMENT

Vinnitsia National Technical University

Abstract

The paper is concerned question of elaboration of new directions for sustainable development of arctic territories, which are not based on development of hydrocarbon. Offered some start-ups that provide the opportunity to maintain and develop the traditional culture of the Arctic region.

Keywords: *Arctic, innovation, start-up, development, business.*

Анотація

В роботі розглянута проблема розробки нових напрямків сталого розвитку Арктичних територій, які не базуються на видобутку вуглеводнів. Запропоновано низку стартапів, які надають можливість підтримувати та розвивати традиційну культуру Арктичного регіону.

Ключові слова: *Арктика, інновації, стартап розвиток, бізнес.*

Introduction

Arctic regions are being usually considered from the point of view of either hydrocarbons production (gas and oil, primarily on shelf), ecological issues of the North, or legal proceedings issues on international cooperation.

Paper [1], for instance, emphasizes that Norway, being a subject of international law, may not continue granting licence for oil extraction under current conditions. Instead, the nations of Arctic region have to develop incentives for transferring to renewable sources of energy.

The [2] lays emphasis on the fact that the interests of the five Arctic countries do not coincide with the interests of Arctic Council. These interests, however, may be especially coordinated in the sphere of sustainable management and the development of mutual policy.

Detailed research [3] states that the consideration of climate changes causes the necessity in the development of new technologies for the off-shore petroleum and gas production in Arctic. The [3] also discusses the ways for improvement of the exploration for petroleum and gas aimed at meeting the specific problems of the region.

Thus the question of elaboration of new directions for sustainable development of arctic territories, which are not based on development of hydrocarbon, is extremely essential.

Research results

Arctic regions have a number of natural characteristics, which might be attractive from the point of view of sustainable development. Let's consider some of them.

First, this is the unique possibilities for creating specific conditions for people with creative activities. These people usually require the concurrent existence of two antithetical needs in communications. On the one hand they require the possibilities for ensomhet, thus concentrating on their work. And on the other, performing some stages of this work, they need communication with narrow specialists (the number of which may be extremely big). One more requirement stipulates for the significance in ensuring comfort in accommodation, work and organization of the environment.

The above may be ensured in the Arctic regions by creating special cottages, residential spaces in which are located pretty far from each other. Contemporary technologies allow to ensure rather high level of comfort. The space, which is not restricted by the urban development allows to provide with sufficient level of solitude. The modern information technologies allow for quick and reliable connections with necessary

specialists. The beauty of Arctic nature, environmental friendliness provides for aesthetic requirements for creative worker. And the polar night will on its part guarantee the necessary level of concentration.

The cottages in such an area may be ordered by creative workers for some period of time. For the author, for instance, who shall be concentrated on writing a novel, the pole night may appear to be the right thing.

Second, the extreme and active recreation, such as diving, snowboarding etc. are becoming more and more popular. The arctic region may totally fit for wide range of such highly technological types of recreation. These may include

- A walking tour on the specified route with one or some overnight stops in a “snow house” (with necessary equipment or accompanying provided);
- Under ice diving (with necessary equipment or accompanying provided);
- Reindeer tour with one or some overnight stops in a “snow house”;
- Ski tour with one or some overnight stops in a “snow house”

Third, it is very expedient to create start up platforms for students in Arctic regions. For instance, many start ups begin functioning in the sphere of information technologies, in particular, gadgets for computers and communication equipment, and therefore, they do not require the availability of specialized unhandy equipment or large spaces of area.

The start ups may be formed as separate buildings, surrounded with students dorms and premises for services and recreation.

The above projects stipulate for short time duration periods for people.

The extreme and active recreation, for example, may last for 3-10 days.

People of creative professions may come for the period from 2 up to 6 months.

Students may come for start ups creation and initiation for the period from 2-3 weeks up to 1-3 months.

Conclusions

So the specific natural resources of Arctic region shall be used most efficiently: the availability of huge area, low population density, weather steadiness, polar night and polar day, low temperature, aggressive environment (for those who like an extreme recreation).

For the original residents of the Arctic region such directions of sustainable development allow to sustain and develop the traditional culture by accompanying those, who are on walking tours etc. The above will result in creation of work places for the population of Arctic region and favor its economic development.

REFERENCES

1. Sjøfjell, Beate and Halvorssen, Anita Margrethe, The Legal Status of Oil and Gas Exploitation in the Arctic: The Case of Norway (January 29, 2016). University of Oslo Faculty of Law Research Paper No. 2015/17; OGEL 2 (2016), Special Issue, Tina Hunter (ed.); University of Oslo Faculty of Law Research Paper No. 2015/17; Nordic & European Company Law Working Paper No. 15-09. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2636542>. – 70 p.
2. Kuersten, Andreas, The Arctic Five versus the Arctic Council (October 2016). Arctic Yearbook, Vol. 2016, pp. 389-95 (2016). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2861269>
3. Koivurova, Timo and Hossain, Kamrul, Hydrocarbon Development in the Offshore Arctic: Can It Be Done Sustainably? (2012). Oil, Gas & Energy Law Intelligence, Vol. 10, No. 2, 2012. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2505443>. – 30 p.

Mykola I. Nebava – PhD of economy, Professor of the Department of Economics of enterprise and production management, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia;

Anatoliy A. Shiyani – PhD, Professor of the Department of Management and security of information systems, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia;

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

Небава Микола Іванович – к.е.н., професор кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця;

Шиян Анатолій Антонович – к.ф.-м.н., професор кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця;

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

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі проведено дослідження основних питань управління маркетинговою діяльністю на підприємстві в сучасних умовах. Ґрунтуючись на результатах проведеного дослідження було визначено основні завдання маркетингової діяльності та ефективні інструменти їх досягнення.

Ключові слова: маркетинг, підприємство, реклама, інтегрований підхід, інформаційні технології.

Abstract

The paper conducted research major issues of management of marketing activity at the enterprise in modern conditions. Based on the results of the study were the basic tasks of marketing and effective tools to achieve them.

Keywords: marketing, business, advertising, integrated approach, IT.

Вступ

Маркетингова діяльність справляє визначальний вплив на формування системи економічних відносин конкретних виробників із споживачами у напрямі ефективного позиціонування товару на ринку та забезпечення його збуту. В сучасних умовах ефективний маркетинг є одним із необхідних визначальних інструментів організації раціонального виконання товарозбутової функції бізнесу в умовах зростаючої конкуренції та відкритості ринків, а проблема управління маркетинговою діяльністю є своєрідною системою вирішення завдань, пов'язаних з пошуком цільових ринків, проведенням маркетингових досліджень, розробкою конкурентного продукту та інших елементів комплексу маркетингу, а також з організацією зворотнього зв'язку зі споживачами.

Результати дослідження

Одним з головних завдань ефективного функціонування підприємств є уміння адаптуватися до змін навколишнього середовища з використанням методів і принципів управління, що базуються на концепції маркетингової діяльності [1]. Це обумовлює актуальність дослідження маркетингової діяльності підприємства, завдання якої полягає в розвитку ринків товарів і послуг шляхом оцінки потреб споживачів, а також у проведенні практичних заходів для задоволення цих потреб [2].

Питання ролі управління маркетинговою діяльністю в діяльності підприємства, висвітлено в багатьох наукових працях, серед яких особливе місце, на наш погляд, посідають роботи Ф. Котлера, М. Мескона, С. Гаркавенко, С. Скибінського, в яких визначено різні підходи до вирішення даного питання. Так С. Скибінський пропонує не збільшувати частку ринку, а покращувати систему лояльності [3]. С. Гаркавенко пропонує уникати можливої конкуренції на ринку шляхом вдосконалення новизни продукції [4]. Ф. Котлер вважає, що ефективність діяльності підприємства залежить від правильної організації маркетингової діяльності та структурних підрозділів [5].

За визначенням Британського інституту управління маркетингом і продажами (British Institute of Marketing and Sales Management) [6], маркетинг – «це один з видів творчої управлінської діяльності, який сприяє розширенню виробництва і торгівлі і збільшенню зайнятості шляхом виявлення попиту споживачів і організації досліджень і розробок для задоволення цього попиту; маркетинг пов'язує можливості виробництва з можливостями реалізації товарів і послуг, обґрунтовує характер, напрями і масштаби усієї роботи, необхідної для отримання прибутку в результаті продажу максимальної кількості продукції кінцевому споживачу».

В свою чергу, управління маркетинговою діяльністю на підприємстві – це широкий комплекс заходів стратегічного й тактичного характеру, спрямованих на ефективне здійснення ринкової діяльності підприємства та досягнення його основної мети – задоволення потреб споживачів товарів і послуг і

отримання на цій основі максимального прибутку [7]. Зауважимо, що маркетингова діяльність традиційно передбачає здійснення процесів обґрунтування і розробки маркетингової стратегії. Недостатньо ефективного управління процесом реалізації маркетингової стратегії може нейтралізувати можливості зміцнення конкурентних позицій підприємства, що були закладені в розробленій стратегії. Отже, розробка і здійснення маркетингової стратегії підприємства є однією передумовою вдосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємства.

М. Мескон [7] вважає, що, по суті, управління маркетинговою діяльністю є управління попитом. Механізм управління попитом складається з певних засобів, інструментів і зв'язків, до яких і належать складові маркетинг-міксу: продукт, ціна, місце розповсюдження та просування.

Ефективне управління маркетинговою діяльністю повинно забезпечувати виконання таких основних завдань:

а) отримання надійної, достовірної і своєчасної інформації про ринок, структуру і динаміку конкретного попиту, смаках і перевагах покупців, тобто інформацію про зовнішні умови функціонування підприємства;

б) створення такого товару, набору товарів (асортименту), що більш повно задовольняє мінливі вимоги ринку, ніж товари конкурентів;

в) забезпечувати максимально можливий необхідний вплив на споживача, шляхом використання всіх можливостей як свідомої, так і підсвідомої реклами.

На думку [8, 9], сьогодні для управління підприємством головною проблемою маркетингової діяльності є недостатня ефективність рекламних повідомлень через необ'єктивність інформації та недостатньо глибокі дослідженнями психоаналітичних методів в сучасному маркетингу.

У світі реклами та маркетингу все змінюється дуже швидко, проте це не заважає відслідковувати поточні тенденції та намагатися передбачити їхній вплив на підприємства у найближчому майбутньому. На нашу думку, при створенні рекламного продукту необхідно звернути увагу на такі ефективні інструменти як [10]:

1. «Природна» реклама, яка представляє собою якісний контент, що клієнт отримує від тієї чи іншої платформи (Facebook, Instagram, вконтакті і т.д.), і який органічно вписується в його сприйняття.

2. Використання QR-кодів, які стають все більш популярними.

3. Так як електронна пошта поступово втрачає свої позиції і на її місце приходить відео-зв'язок і соціальні мережі (в 2016 році 85% інтернет-трафіку займало відео), то слід переходити від розсилки листів до відео-звернень.

4. Необхідно звернути увагу, що візуальний контент домінує над текстовим. Це ілюструє важливу тенденцію: зображення вже не просто є доповненням до контенту, вони самі стають повноцінним контентом. Споживачі легше сприймають інформацію, яка представлена у вигляді картинок, і підприємствам буде корисно відреагувати на цю зміну.

Висновки

Отже, за сучасних умов запорукою успішної діяльності підприємства на ринку є інтегрований підхід до управління маркетингом на основі сучасних концепцій управління та інформаційних систем, що їх підтримують. Ефективне управління маркетинговою діяльністю сприятиме досягненню цілей підприємства, покращенню його іміджу, підвищенню лояльності споживачів та збільшенню прибутку підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Управління маркетинговою діяльністю промислового підприємства: економічний та філософський підходи / А. А. Шиманська // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 3 (19). – С. 166-171.
2. Нікіфорова Л.О., Мещерякова Т.К., Ковтун Р. Оптимізація маркетингової діяльності у сфері «business to business» // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький: ХНУ, 2013 – № 2. – С. 46 – 49.
3. Скибінський С. В. Промисловий маркетинг. Теорія, світовий досвід і українська практика / С. В. Скибінський, А.Ф.Павленко, А. В. Войчак, В. Я. Кардаш, Л. В. Балабанова, А. О. Старостіна – К.: Знання, 2003 – 764 с.
4. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник / С. С. Гаркавенко – К.: Лібра, 2010. – 712 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетингу, краткий курс / Филип Котлер: Пер.с англ. – М.: Диалектика/Вильямс, 2014. – 610 с.
6. British Institute of Marketing and Sales Management [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/>

7. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури : Пер.с англ., 3-е издаие – М.: Вильямс, 2017. – 672 с.
8. Бугун О. Управління маркетинговою діяльністю підприємства: інтегрований підхід [Електроний ресурс] – режим досту пу: <http://conference.spkneu.org/2014/12/upravlinnya-marketingovoyu-diyal-nistyu-pidpriyemstva-integrovanij-pidhid/>
9. Нікіфорова Л.О., Ковтун Р Використання психоаналітичних методів в сучасному маркетингу – Збірник матеріалів ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Європейська наука ХХІ століття – 2012» (07-15 грудня 2012) – Польща, Przemysl – стор. 22-25.
10. Нікіфорова Л.О., Ковтун Р. Особливості використання сучасних рекламних технологій в умовах становлення маркетингу в Україні / «Wykształcenie i nauka bez granic – 2012» Volume 6. Ekonomiczne nauki.: Przemysl. Nauka i studia [Електроний ресурс] – режим доступу: http://www.rusnauka.com/35_OINBG_2012/Economics/6_122279.doc.htm

Бубела Максим П. – студент гр. МОВ-15 мс кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця;

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

Bubela Maksim P. – student gr. MOv-15 mс of Department of Economics of enterprise and production management, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia.

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

ЕЛЕКТРОННІ ЗАКУПІВЛІ ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ PROZORRO : ЗДОБУТКИ ТА ПРОБЛЕМИ

Вінницький національний технічний університет

Анот ація

Розглянуто проведення електро нних закупівель через базу даних Prozzoro та визначено основні проблеми та здоб утки електро нної системи.

Ключов і слова : електронна система, Prozzoro, публічні закупівлі, тендер, допорогова закупівля.

Abstract

Considered the electronic procurement using database Pro zzoro and identified the main problems and achievements of the electronic system.

Keywords: electronic system, Prozzoro, public procurement, tender, subthreshold purchase.

Електронна система ProZorro прийшла на зміну паперовим держтендерам. Поштовхом до переходу стала основна проблема – викорінення корупції, що не можна було зробити за допомогою «паперових» процедур державних закупівель. «Всі бачать все» - головний принцип творців системи електронних державних закупівель. Саме у зв'язку з цим державою було прийняте рішення реформувати державні закупівлі шляхом запровадження системи електронних торгів.

Перехід на електронний формат було запроваджено Законом України № 922-VIII «Про публічні закупівлі» від 25.12.2015 року. А з 01.08.2016 року цей Закон був розповсюджений на всіх суб'єктів, які здійснюють закупівлі за бюджетні кошти (далі Замовники).

Тобто, з цієї дати всі надпорогові закупівлі, згідно з Законом України «Про публічні закупівлі», який застосовується до Замовників, за умови, що вартість предмета закупівлі товару (товарів), послуги (послуг) дорівнює або перевищує 200 000 гривень, а робіт – 1,5 лн. гривень; до замовників, які здійснюють діяльність в окремих сферах господарювання, за умови, що вартість предмета закупівлі товару (товарів), послуги (послуг) дорівнює або перевищує 1 мільйон робіт – 5 мільйонів гривень, мають здійснюватися через електронну систему закупівель [1].

Система Prozorro - це база даних, яка розташована на сервері, до неї не можна підключитися напряму, а лише через один з авторизованих електронних майданчиків, які мають до неї доступ. До 10 січня 2017 року Уповноважений орган авторизував близько 18 майданчиків. Наш університет працює на зручному торговельному майданчику Е-тендер, тобто всі дії, визначені Законом № 922, що передбачають оприлюднення та розміщення інформації, подачу пропозицій, скарг та інше на веб-порталі Уповноваженого органу, здійснюються лише через даний майданчик. Вся інформація дублюється на всіх авторизованих майданчиках, вся інформація синхронізується в Центральну Базу Даних, тобто Prozorro.

Згідно із Законом № 922 Замовники (за умови, що вартість предмета закупівлі дорівнює або перевищує 50 тис. грн. і є меншою від означеної вище вартості товарів, робіт та послуг) можуть або проводити допорогову закупівлю через Prozorro, або оприлюднити в системі звіт про укладені договори[1].

Створення закупівель для Замовників є безкоштовними, а для Учасника, залежно від бюджету закупівель: до 20 тис. грн – 17 грн; до 50 тис. грн – 119 грн; до 200 тис. грн – 340 грн; до 1 млн – 510 грн; від 1 млн – 1700 грн. Тарифи встановлені згідно п.4 Постанови КМУ від 24 лютого 2016 р. № 166[2].

Наш університет, як і всі інші підприємства, які проводять публічні закупівлі, заздалегідь подбав про створення комітету, члени якого займаються організацією, проведенням тендерних процедур та періодично відвідують семінари для удосконалення своїх навичок. Тендерний комітет у Вінницькому національному технічному університеті складається з 7 осіб, також при ВНЗ є два фахівця з публічних закупівель.

Зазвичай тендери проводяться відповідно до попередньо складених та в установленому порядку затверджених річних планів закупівель та додатків до річного плану та зміни до них, які оприлюднюються на веб-порталі Уповноваженого органу протягом п'яти днів з дня їх затвердження, в нашому випадку це сайт Вінницького національного технічного університету в публічній інформації.

ВНЗ активно проводить закупівлі через платформу, порівняно з іншими ВНЗ в нашому місті. Виходячи з моніторингу системи Prozzoro, а точніше по кількості опублікованих тендерів на сьогоднішній день по вищим навчальним закладам Вінниці:

- Вінницький національний медичний університет імені М.Пирогова – 227 тендерів;
- Вінницький національний технічний університет – 154 тендера;
- Донецький національний університет імені Василя Стуса – 32 тендера;
- Вінницький національний аграрний університет – 25 тендерів;
- Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського – 17 тендерів[3].

Досить важко було напрацювати початкову базу, завдяки якій не потрібно було б шукати опис предмету закупівлі, адже немає дещо визначеного напрямку, який спеціалізується на одному зазначеному ряді властивостей. На сьогоднішній день, в «Prozzoro» є сформована спільна типова база, завдяки чому зручно створювати закупівлі.

Найбільш популярними є допорогові закупівлі. Допорогові закупівлі регламентуються наказом № 35 від 13.04.2016 року «Про затвердження Порядку здійснення допорогових закупівель» ДП «Зовнішторгвидав України» [4].

Основні етапи проведення допорогових закупівель:

- Оголошення закупівлі;
- Період уточнень (тривалість періоду має становити не менше 1-го робочого дня, якщо очікувана вартість закупівлі становить від 3 000 грн. до 50 000 грн. та не менше 3-х робочих днів, якщо очікувана вартість закупівлі перевищує 50 000 грн.
- Подання пропозицій (тривалість подання має становити не менше 1-го робочого дня, якщо очікувана вартість становить від 3 000 грн до 50 000 грн. та не менше 2-х робочих днів, якщо очікувана вартість перевищує 50 000 грн.
- Аукціон
- Кваліфікація. Термін проведення не передбачено. Замовник самостійно встановлює.
- Визначення переможця.
- Договір про закупівлю. Не раніше ніж через 2 робочих дні після оприлюднення рішення про Переможця Закупівлі.

Дискваліфікація Учасника/Переможця аукціону відбувається в разі:

- Зразок товару від учасника не відповідає технічним вимогам Замовника;
- Подана початкова цінова пропозиція не відповідає сканованій копії цінової пропозиції, яка прикріплюється до пакету документів;
- Учасник добровільно відмовляється від подальшої участі в процедурі;
- Дані виробника на майданчику не відповідають тим, що вказані у документації;
- Невідповідність Учасника кваліфікаційним вимогам[5].

Розглянемо одну з проведених Вінницьким національним технічним університетом допорогових закупівель :

Узагальнена назва закупівлі: «Кава,чай». Закупівлі присвоюється ідентифікатор, по якому її легко знайти.

Початок періоду уточнень – 14.09.2016 р.

Завершення періоду уточнень – 16.09.2016 р.

Початок прийому пропозицій – 16.09.2017 р.

Завершення прийому пропозицій – 20.09.2016 р.

Доступний бюджет закупівлі – 37520.00 грн.

Мінімальний крок аукціону (від 0,5% до 3 %) - 375,20 грн. (1%).

Кількість: 730 пачок.

В 2016 році одночасно використовували ДК016:2010 та ДК021:2015, тому класифікатори, вказані у закупівлі «Кава, чай» такі: ДК 021:2015: 15860000-4 — Кава, чай та супутня продукція; ДК 016:2010: 10.83.1 — Чай і кава, оброблені. З 1 січня 2017 року застосовується лише один класифікатор – ДК 021:2015 (CPV). Таким чином, якщо Замовник планує розпочати процедуру з 17

січня 2017 року, то він повинен користуватися лише класифікатором CPV. На офіційному сайті Мінекономрозвитку України знаходиться наказ, який набрав чинності 17 січня 2017 року, «Про внесення змін до Порядку визначення предмета закупівлі». Згідно цього наказу, предмет закупівлі буде визначатися не за третьою – п'ятою цифрою ДК 021:2015, а лише за четвертою цифрою. Цікаво також те, що у цьому наказі вказано, що під час здійснення закупівлі лікарськи засобів предмет закупівлі визначається за показником третьої цифри Єдиного закупівельного словника, із зазначенням у дужках міжнародної непатентованої назви лікарського засобу (далі – МНН). У разі якщо предмет закупівлі лікарських засобів містить два та більше лікарських засобів, замовником у дужках зазначається МНН кожного лікарського засобу[6].

До оголошення обов'язково прикріплюється тендерна документація. До даної закупівлі було прикріплено: договір, додатки до договору та технічний опис закупівлі.

Під час розкриття пропозицій було виявлено 5 учасників. Виграли, з найбільш економічно привабливою ціною, ТОВ «Квант – сервіс». Протокол розкриття доступний для всіх, його можна переглянути на електронному майданчику Prozorro. Далі складається рішення про Переможця чи відхилення торгів через одну з умов зазначених вище. Обов'язковим є підпис відповідальної особи. Отже, первинною пропозицією була ціна – 27 941 грн., а з завершенням аукціону, остаточною пропозицією стала ціна – 20 800 грн. Тобто, $37\,520 - 20\,800 = 16\,720$ грн було зекономлено лише на цій закупівлі, що дійсно вказує на здобуток. Також, на Prozorro можна переглянути звіт про виконання договору про закупівлю. Крім економії, здобутками можна вважати те, що кожен бажаючий може дізнатись деталі щодо будь-якого тендера на офіційному сайті Prozorro. Пошук відбувається у максимально простий і зручний спосіб, достатньо ввести назву постачальника, замовника чи тип товару. А завдяки відкритому модулю аналітики, кожен бажаючий може зібрати статистику закупівель за власними параметрами. Щодо недоліків, з якими мав справу університет: неякісний товар, затримка поставки товарів, затягування передачі оригіналів документації. Це є витрачений час не лише на здійснення цієї закупівлі, а й на призначення нової, крім того це затримка роботи підрозділів університету.

Висновок

Вся інформація доступна через зручний модуль аналітики для широкого загалу. Після закінчення тендеру в електронній системі можна побачити всю інформацію стосовно поданих пропозицій всіх учасників, рішень тендерної комісії, всі кваліфікаційні документи, тощо. Тобто, офіційний слоган реформи виправдовує себе. Викорінення корупції важко поки що назвати здобутком, але в найближчому майбутньому це можливо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України «Про публічні закупівлі» - [Електронний документ] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/922-19>
2. Електронний майданчик Е-тендер/ - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://e-tender.ua/>
3. Prozorro. Пошук - [Електронний документ] – Режим доступу: <https://prozorro.gov.ua/tender/search/>
4. Радник в сфері державних закупівель / Щомісячний юридичний журнал № 1(64) за січень 2017 року – ст.48
5. Інформація для Замовників - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://infobox.prozorro.org/knowledge-base/view/597?q=>
6. Радник в сфері державних закупівель / Щомісячний юридичний журнал № 2(65) за лютий 2017 року – ст.8

Чайка Юлія Сергіївна – студентка групи МОП-16 м. факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, e-mail: gulljulk@mail.ua

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

Julia Chaika S. – the student group of the MOP-16 m. faculty of management and information security, Vinnytsia national technical University, e-mail address: gulljulk@mail.ua

Supervisor: Kozlovskiy Volodymyr O.- k.e.n., associate professor, professor of department of economy of enterprise and production management of the Vinnytsia national technical university, m. Vinnytsia, e-mail: kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua

ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРИ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРАЦІ В СИСТЕМІ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація.

У роботі проаналізовано теоретичні та методологічні аспекти ефективності праці та оцінки її рівня на підприємствах. Було виділено критерії і показники для системи оцінки рівня ефективності праці. Обґрунтовано концептуальні положення системи показників на основі статистичної оцінки порівняльної важливості напрямків дослідження.

Ключові слова: ефективність праці, продуктивність праці, колективні експертні оцінки, ресурсозбереження, управління ефективністю праці.

The article contains analysed theoretical and methodological aspects of work efficiency and an assessment of its level at the enterprises. It has been allocated criteria and indicators for system of an assessment of labor efficiency level. Conceptual provisions of system indicators on the basis of a statistical assessment of comparative importance of the directions of research are proved.

Keywords: labor efficiency, productivity, collective expert assessment, resource conservation, performance management work.

Актуальність проблеми.

Процес управління діяльністю підприємства пов'язаний з прийняттям рішень щодо трудових ресурсів у системі досягнення результативності господарської діяльності. Як свідчить досвід, фактор ефективності праці на підприємствах все більше трансформується з допоміжної на основну умову забезпечення ресурсозбереження. Це вимагає правильних підходів до управління ефективністю, виявлення пріоритетних напрямків розвитку персоналу, формування якісного методологічного апарату управління потенціалом праці. Першочерговим завданням при цьому стає оцінка рівня ефективності праці на підприємстві, що визначає усі подальші дії щодо моделювання механізму підвищення такої ефективності.

Аналіз останніх наукових досліджень.

Аналізуючи сучасну наукову літературу можна помітити, що етап оцінки рівня ефективності праці робітників виступає ключовим у процесі управління ефективністю. Досить значна увага приділяється даному питанню сучасними науковцями [1–4]. Основні погляди щодо методик аналізу зводяться до таких: оцінювання соціально-економічної ефективності праці, результат на основі ефективності праці управлінського персоналу, методика оцінки ефективності праці у взаємозв'язку з її оплатою, затратний та ресурсний підходи, методика результативності. Безперечно кожна методика заслуговує на увагу сучасних теоретиків та практиків, може бути застосована для визначення наявного рівня ефективності праці. Проте, більш глибокі дослідження дозволили виявити ряд недоліків вищенаведених методик.

Мету дослідження спрямовано на визначення оптимальної структури показників оцінки ефективності праці в системі ресурсозбереження підприємства.

Викладення основного матеріалу дослідження.

Оцінка ефективності праці на підприємстві виступає одним з найголовніших завдань, оскільки якість та точність такої оцінки визначає правильність та ефективність усіх подальших дій щодо механізму управління ефективністю праці.

Враховуючи думки ряду авторів [5; 6; 7] можна стверджувати, що система показників ефективності праці робітників має: відображати витрати на використання робітників як ресурсу, що споживається на підприємстві; створювати передумови для визначення резервів по підвищенню ефективності робітників на підприємстві; стимулювати використання резервів у підвищенні

ефективності праці робітників; забезпечувати необхідною інформацією щодо ефективності праці робітників; виконувати критеріальну функцію (для кожного показника мають бути визначені правила інтерпретації їх значень).

Відтак, пропонується здійснювати оцінку рівня ефективності праці, поділяючи остатню на три рівні. Перший рівень (рівень працівника) – це сукупність усіх кількісних та якісних характеристик працівника, які відображають його потенціал до ефективної праці. Показники, які відображають потенціал працівників до ефективної праці, є вихідними показниками до формування ефективної праці. Другий рівень (рівень підприємства) – це сукупність кількісних та якісних показників, які відображають результати поєднання праці з засобами праці та предметами праці (приймаючи до уваги інноваційно-інвестиційну діяльність підприємства, залучення результатів НТП), із врахуванням усіх матеріальних та нематеріальних витрат на працівників, понесених у процесі виробництва. Третій рівень (рівень ринкового середовища) – характеризує ефективність праці як економічну категорію, яка здатна приносити прибуток підприємству. Перелік показників було обґрунтовано у роботі [8].

Відтак, було поставлено завдання перевірки суттєвості та пріоритетності даної сукупності показників. Вирішення зазначеної проблеми можливе на основі використання методу колективних експертних оцінок [9]. Це дозволить підвищити точність та надійність досліджень, використовуючи професіоналізм, обсяг знань, досвідченість та компетентність осіб, що складатимуть експертну групу.

Згідно обраної методики, було проведено статистичну оцінку порівняльної важливості досліджуваних напрямків (табл. 1).

Таблиця 1 – Статистична оцінка порівняльної важливості напрямків

Назва показника	Напрямки										
Перший рівень											
№ п.п.	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	1.8	1.9	1.10	1.11
1. Середнє значення, в балах, (M _j)	92,6	94,3	93,9	82,2	81,3	78,0	89,1	87,1	81,8	76,3	73,8
2. Середній ранг, (S _i)	7,9	5,9	6,7	15,9	17,1	19,4	11,2	12,3	16,3	20,4	22,2
3. Коефіцієнт активності експертів, (K _{aej})	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
4. Дисперсія оцінок (σ)	23,6	21,7	13,2	70,9	57,6	59,7	20,4	41,9	55,9	52,3	36,5
Другий рівень											
№ п.п.	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	2.9	2.10	2.11
1. Середнє значення, в балах, (M _j)	90,4	84,5	84,3	79,5	74,2	72,9	70,8	92,0	81,5	89,6	89,1
2. Середній ранг, (S _i)	9,6	14,6	14,2	17,9	21,8	22,2	23,2	8,4	16,4	10,3	11,3
3. Коефіцієнт активності експертів, (K _{aej})	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
4. Дисперсія оцінок (σ)	92,7	44,5	71,8	57,6	34,5	57,7	42,8	49,9	92,2	36,9	17,8

Продовження табл. 1

Третій рівень											
№ п.п.	3.1	3.2	3.3	3.4	-	-	-	-	-	-	-
1. Середнє значення, в балах, (M_i)	96,2	92,9	96,9	90,9	-	-	-	-	-	-	-
2. Середній ранг, (S_i)	4,7	7,5	3,9	9,9	-	-	-	-	-	-	-
3. Коефіцієнт активності експертів, (K_{aei})	1,0	1,0	1,0	1,0	-	-	-	-	-	-	-
4. Дисперсія оцінок (σ)	14,8	34,0	11,1	32,3	-	-	-	-	-	-	-

Джерело: результати авторських досліджень.

Відтак, статистична оцінка порівняльної важливості показників дала можливість встановити такі тенденції. На першому рівні оцінювання (рівень працівника) найвищі ранги мають коефіцієнти освітнього рівня, професійного розвитку та підвищення рівня кваліфікації працівників. На другому рівні (рівень підприємства) кращі оцінки отримали показники продуктивності праці, автоматизації праці та коефіцієнт браку за виною працівників. Коефіцієнт прибутковості праці (рентабельність) отримав найвищу оцінку від експертів на третьому рівні (рівень ринкового середовища).

Висновки. Результатом проведеного дослідження є сформована оптимальна структура показників оцінки ефективності праці в системі ресурсозбереження підприємства. Було розглянуто та проаналізовано публікації авторів з питань оцінювання ефективності праці та пріоритетності показників. Важливим є те, що основні показники оцінювання ефективності досліджено у розрізі ресурсозбереження на підприємстві. В свою чергу оцінка ефективності інтерпретується на трьох рівнях, кожен з яких відображає не лише ефективність праці, але і її вклад у прибутковість підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Вітвіцький В. В. Концепція продуктивності як інтегрованого показника ефективності / В. В. Вітвіцький // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 10(52). – С. 53–60.
2. Гончаров В. Ефективність праці в контексті становлення ринкової економіки в Україні: проблеми та концепція вдосконалення / В. Гончаров // Економіст. – 2007. – № 8. – С. 10–13.
3. 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.
4. Подольчак Н. Ю. Проблеми оцінювання та регулювання соціально-економічної ефективності систем менеджменту машинобудівних підприємств : монографія / Н. Ю. Подольчак – Львів : Національний університет “Львівська політехніка”, 2010. – 340 с.
5. Безтелесна Л. Удосконалення механізму мотивації продуктивності найманих працівників / Л. Безтелесна, Г. Міщук, С. Мартинюк // Україна: аспекти праці. – 2006. – № 1. – С. 42–48.
6. Мазіна О. І. Фізична економія та оцінка людського капіталу / О. І. Мазіна // Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. [“Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин”], 5-6 червня 2009 р. – Умань : Сочинський, 2009. – Ч. 2. – С. 13–14.
7. Захарова О. В. Нормативні складові витрат на робочу силу та їх зв'язок з інвестиціями у розвиток персоналу / О. В. Захарова // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: зб. наук. пр. – Маріуполь: Вега-Принт, 2009. – С. 170–174.
8. 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.
9. Cordon T. Report on a Longe Forecasting Study Rand Paper P-2982 / Cordon T., Helmer O. – Rand Corporation. Santa Monica, Callifornia, Sept, 1964.

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.

Застосування інформаційних систем для забезпечення ефективної системи збуту на вітчизняних підприємствах

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Вивчено інформаційні технології, що застосовуються з метою підвищення ефективності системи збуту на вітчизняних підприємствах. Розглянуто класифікацію підходів до управління збутовою політикою. Проаналізовано існуючі програмні засоби, що покращують збут. Виявлено переваги та недоліки програмних засобів, які дають змогу ефективно управляти збутовою політикою на підприємстві. Розроблено практичні рекомендації та пропозиції щодо удосконалення збутової політики з використанням програмних засобів.

Ключові слова: збут, збутова діяльність, збутова політика, маркетинг, програмні засоби.

Abstract

The problem of improving the marketing system on the domestic enterprises by means of modern information technologies is studied. We have considered a classification of approaches to the management of a marketing policy. We have analyzed the existing software tools that improve the sales. We have identified the advantages and disadvantages of software tools which allow to manage effectively a marketing policy of the enterprise. We have developed practical recommendations and suggestions for improving the marketing policy using software tools.

Keywords: sales, sales activities, marketing policy, marketing, software tools.

На жаль, мінливість конкурентного середовища та посилення ризиків невизначеності в Україні та світі в цілому загострили проблеми, пов'язані зі збутовою діяльністю підприємств різних видів економічної діяльності [1]. Це, у свою чергу, актуалізувало доцільність проведення наукових досліджень, спрямованих на пошук нових, раціональних підходів до планування збутової діяльності підприємств з урахуванням розмірів та галузі функціонування. Такий підхід стає можливим за рахунок обґрунтування оптимального ПЗ, що уможливорює вирішення вище викладених проблем.

Останнім часом опубліковано чимало наукових праць, присвячених теоретичним і методичним аспектам формування та реалізації збутової політики на підприємствах. Теоретичні розробки цієї проблеми містяться у працях багатьох зарубіжних вчених: І. Ансоффа, Ф. Котлера, Г. Дж. Болта, Е. Майера, Дж. Еванса, М. Портера, Б. Карлофа та ін. [2]. Серед вітчизняних науковців слід виділити таких, як Б. А. Анікін, О. Е. Буржівалова, С. Є. Хрупович, В. Г. Герасимчук, А. В. Балабаниць, В. Я. Заруба, Ю. Б. Іванов, В. Я. Кардаш, О. В. Кривешко, Ю. М. Неруш, О. А. Новікова, та ін. [3-6].

Низка теоретичних і прикладних аспектів розвитку збуту продукції засобами сучасних новітніх технологій потребує подальшого дослідження, оскільки не обґрунтовано єдиний універсальний ПЗ, що оптимізує збутову діяльність підприємств різного масштабу та галузі функціонування. Відтак, існує потреба у розробленні нових та вдосконаленні існуючих методичних підходів до формування ефективної збутової діяльності підприємств, що і зумовлює актуальність даного дослідження.

Згідно з визначенням О. Проволоцької, управління збутовою діяльністю підприємства в умовах ринкової економіки з позиції маркетингу розглядається як процес планування, організації, мотивації і контролю збутової діяльності підприємств, який потрібен для формування та досягнення мети збуту [7].

Отже, управління збутовою діяльністю є складним і різнобічним процесом і вимагає постійного аналізу й удосконалювання, що стає можливим саме за рахунок автоматизації такого процесу. Тому проаналізуємо недоліки і переваги різних ПЗ, що уможливлюють удосконалення системи збуту на підприємствах.

Система «Forecast Expert». Програмний продукт призначений для побудови прогнозу часового ряду за допомогою параметричної моделі Дженкінса, для прогнозування будь-якого параметра, щодо якого є належна кількість вимірів у певному проміжку часу.

Переваги системи:

- вона є достатньо функціональною;

- відносно невисокі вимоги до рівня підготовки фахівця в галузі прогнозування для роботи з ПЗ;

Недоліками системи є:

- в описі ПЗ відсутня інформація про причини вибору розробниками ПЗ саме моделі Дженкінса для системи прогнозування в пакеті;

- надмірна вимогливість до даних, які збираються чи підготовлюються для аналізу, що пояснюється суттю моделі Дженкінса, використовуваної в ПЗ.

ПЗ «КонСи Маркетинг». Така система дозволяє підтримку маркетингової діяльності з просування товарів і послуг, а також систем облікового опису і потенційних клієнтів, що обслуговуються з урахуванням сегментування ринку.

Переваги ПЗ:

- можливість редагування ознак сегментування та операцій із просування продукції, тобто створення власних списків цих параметрів;

- інтеграція пакета з іншими програмами користувача;

- продумана і грамотно реалізована система первинного аналізу заходів щодо просування продукції або послуг;

- наявність можливості перемикання стандарту представлення адреси потенційного клієнта.

Недоліками системи слугують:

- відсутність можливості ведення кількох баз у різних напрямках. Наприклад, групи потенційних клієнтів для різної продукції фірми можуть мати різні облікові бази потенційних клієнтів, які б хотілося розділити і фізично у вигляді окремих файлів;

- e-mail-система дещо складна — настроювання її на режим РОРЗ під час тестування і процесу розсилання займають багато часу.

СППР «Marketing Expert» — це система підтримки прийняття рішень на всіх етапах розробки стратегічного і тактичного планів маркетингу і контролю за їх реалізацією.

Переваги системи:

- допомагає початківцю-користувачеві ПЗ організувати збирання маркетингових даних;

- «Marketing Expert», слугуючи самостійною програмою, може водночас бути і як доповнення до «Project Expert 5» — як засіб детального опрацювання плану маркетингу для інвестиційних проектів.

Недоліками системи є:

- дуже погано складено файл довідки по ПЗ (Help);

- помилки в написанні підказок і попереджень;

- недосконала структура прикладів, що постачаються в комплекті ПЗ;

- складна система управління пакетом («неінтуїтивний інтерфейс»);

- багато орфографічних помилок в описах.

Програмний комплекс «Галактика». Система реалізується за архітектурою «клієнт-сервер» і функціонує у розподіленій обчислювальній мережі або на локальних комп'ютерах. У складі «Галактики» текстовий редактор «Бізнес-текст» забезпечує виконання функцій текстового редактора, редактора звітів, перегляду текстових файлів.

Перевагами системи є:

- охоплення усього спектра типових виробничо-економічних функцій;

- забезпечення гнучкого настроювання на специфіку й сферу діяльності конкретного підприємства;

- єдина база даних;

- однаковий користувальницький інтерфейс;

- включення до комплексу поставки інструментальних засобів для розвитку системи;

- підтримка розподілених баз даних, необхідна для інформаційної взаємодії усередині корпорації з кількома офісами й територіально вилученими філіями. Можлива взаємодія зі сторонніми підприємствами.

Основні недоліки:

- можна вести облік рекламної кампанії;

- модуль дозволяє планувати роботу менеджера, але далі його функціонал обмежується тільки звітом;

- система не має механізмів прогнозування руху грошових коштів, що неприпустимо під час управлінні підприємством.

«1С: Предприятие» є універсальною системою автоматизації діяльності підприємства. У межах програми «1С: Предприятие 8» виділяють конфігурацію "Управління торгівлею для України". Вона є тиражним рішенням, що дозволяє в комплексі автоматизувати завдання оперативного і управлінського обліку, аналізу і планування торгових операцій.

Переваги даного програмного продукту:

- ведення обліку в єдиній системі, відповідно якісне управління клієнтською базою;
- управління бізнес процесами по роботі з клієнтами (регламент роботи);
- універсальні звіти;
- побудова ABC і XYZ аналізу;
- планування і контроль дій (створення подій і нагадувань, календар користувача);
- інтеграція з електронною поштою.

До недоліків слід віднести такі:

- картка контрагента є не дуже зручна;
- можливе дублювання даних під час занесення до бази;
- відсутня можливість сортування даних.

Висновки і пропозиції

Проаналізувавши програмні засоби, що дають змогу ефективніше управляти збутовою політикою на підприємстві, можна зазначити таке.

«Forecast Expert» можна вважати кращою програмою для прогнозування біржових цін на більшість товарів і цінних паперів. «Forecast Expert» коштує 80 000 грн., тому його доцільно використовувати для великих підприємств.

«КонСи МАРКЕТИНГ» можна використовувати для будь яких підприємств в яких ведеться робота з клієнтами. Ціна програмного засобу не є чітко визначеною і залежить від виду діяльності підприємства.

«Marketing Expert» може бути рекомендований початківцям у галузі маркетингу, особливо тим, хто ще не зорієнтувався у виборі стандартних показників, що фіксуються щодо суб'єктів ринку. Коштує програмний засіб 25650 грн., тому його доцільно використовувати для малих та середніх підприємств.

Програмний комплекс «Галактика» найбільш ефективно використовувати для підприємств, які належать до середнього бізнесу. Коштує програмний засіб 31730 грн.

«1С:Управління торгівлею для України» ефективно використовувати для торгових підприємств будь-яких розмірів, оскільки дана програма є досить універсальною та легко доступною. Коштує програмний засіб 5850 грн., тому його доцільно використовувати для підприємств різного розміру, а особливо зручним він є для малого та середнього бізнесу.

Список літератури:

1. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер ; пер. с англ. под ред. Л. А. Волковой, О. А. Третьяка, Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Питер, 2004. – 896 с.
2. Болт Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом / Г. Дж. Болт. – М. : Экономика, 2003. – 432 с.
3. Хрупович С. Є. Економічне оцінювання та управління збутовою діяльністю підприємств: Дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / С. Є. Хрупович. — Л., 2005. — 202 с.
4. Балабаниць А. В. Збутова діяльність торговельних підприємств в умовах маркетингової орієнтації: Автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.02 / А. В. Балабаниць. — Донецьк, 2000. — 20 с.
5. Кривешко О. В. Управління збутовою діяльністю підприємств в умовах ринкової трансформації економіки України: автореф. дис. канд. екон. наук : 08.02.03 / О. В. Кривешко. — Л., 2006. — 19 с.
6. Азарова А. О. Покращення маркетингової політики на підприємстві на основі новітніх програмних засобів / А. О. Азарова, О. С. Головка, Н. С. Коберник // Інноваційна економіка. - 2013. - № 7. - С. 206-210. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_7_49.
7. Проволоцька О. М. Управління збутом промислової продукції в комплексі маркетингу : автореф. дис. канд. екон. наук : спец. 08.06.01 / О. М. Проволоцька. – К. : Українська академія зовнішньої торгівлі, 2003. – 20 с.
8. Кальченко А. Г. Логістика : підручник / А. Г. Кальченко. – К. : КНЕУ, 2003. – 284 с.

Присяжнюк Максим Валерійович, студент гр. Моі-146, Факультет менеджменту та інформаційної безпеки.

Науковий керівник: Азарова Анжеліка Олексіївна, к. т. н., професор каф. МБІС, заст. декана ФМІБ з наукової роботи та міжнародного співробітництва.

Prysiazhniuk M. V., Faculty of management and information security.

Supervisor: Azarova A. A., PhD, professor of the Faculty of MIS, deputy dean of the FMIS by researching and international cooperation.

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ СПОЖИВЧОГО КАПІТАЛУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті проаналізовано та узагальнено існуючі методи оцінювання споживчого капіталу. Запропоновано для оцінювання рівня споживчого капіталу застосовувати математичний апарат штучного інтелекту.

Ключові слова: споживчий капітал; інтелектуальний капітал; методи оцінювання; відносини зі споживачами; клієнтська база.

Abstract

The article analyzes and summarizes existing methods of estimation of consumer capital. The author proposes to evaluate the level of consumer capital by applying mathematical tools of artificial intelligence.

Keywords: consumer capital; intellectual capital; assessment methods; relationships with customers; customer base.

Вступ

Інформатизація та інтелектуалізація суспільства приводять до важливих змін умов ведення бізнесу. Наразі головною метою існування підприємства стає задоволення потреб споживачів, тому маркетингова діяльність підприємства та маркетингові стратегії, що лежать в її основі, потребують переорієнтації. З'являється потреба в накопиченні та ефективному управлінні споживчим капіталом. Існує багато концепцій вивчення споживчого капіталу, але існуючі підходи не є чітко описаними та універсальними. Разом із тим, без детальних досліджень структури споживчого капіталу на підприємстві стає неможливим збільшення обсягів виробництва та, відповідно, прибутку, тому більшість провідних вітчизняних компаній переймають досвід закордонних колег та зацікавлені у розвитку споживчого капіталу. Проте, задля збільшення прибутковості підприємства, необхідно чітко розуміти алгоритм оцінювання та обґрунтувати математичний апарат формалізації такого процесу для подальшого управління споживчим капіталом.

Метою дослідження є аналіз та узагальнення існуючих методів ідентифікації споживчого капіталу для подальшого обґрунтування оптимального математичного апарату, що уможливило б формалізацію процесу оцінювання рівня споживчого капіталу.

Результати дослідження

Дослідженням питань, пов'язаних зі споживчим капіталом, присвячені праці багатьох відомих закордонних та вітчизняних вчених, зокрема, таких як Е. Т. Куликов, В. М. Гужва, А. П. Оксанич, В. С. Пономаренко, Л. Едвінссон, М. Мелоун, Е. Брукінг, Т. Стюарт, О. В. Кендюхов, А. Н. Козирев, В. Л. Макаров, С. М. Ілляшенко та ін. [1–10]. У їхніх працях головну увагу зосереджено на інтелектуальному капіталі, а поняття споживчого капіталу, його структури та методів його оцінювання розглядаються фрагментарно, висвітлюючи лише його окремі аспекти, не даючи цілісного уявлення про нього. Немає єдиного підходу до ідентифікації складових споживчого капіталу, який деякі автори не розглядають в структурі інтелектуального капіталу. Також існує багато суперечностей у визначенні структури та складових споживчого капіталу в умовах сучасної економіки.

Споживчий капітал, що є базовим структурним елементом інтелектуального капіталу, визначається відносинами зі споживачами та партнерами підприємства. Споживчий капітал може слугувати оцінкою відносин організації зі споживачами її продукції. Поняття споживчого капіталу можна розширити за рахунок контактів із постачальниками та іншими учасниками мікросередовища підприємства. Чим кращі відносини з покупцями, тим вища ймовірність того, що покупець поділиться із продавцем своїми планами і досвідом, тобто компанія збагатиться новими знаннями [11].

Результат формування та розвитку відносин зі споживачами підприємства виражається у сформованій цінності цих відносин, при цьому ціннісними взаємовідносинами є інтерактивні взаємовигідні процеси між підприємством та споживачем, що керуються економічними та монетарними цілями й спрямовані на багаторазові трансакції.

При цьому, як зазначає С. А. Браун [12], цінність виникає завдяки різноманітним двобічним або мультиперсональним відносинам обміну за умови, що вони можуть піддаватися формалізації та тривати певний час.

У наукових колах та на практиці проблема визначення цінності відносин є досить актуальною, про що свідчить наявність різних напрямів та підходів до її вимірювання. Так, Д. Вілсон [13] пропонує здійснювати вимірювання цінності відносин за допомогою співвідношення вигод та витрат від відносин або їх порівняння.

Для цілей управління споживчим капіталом підприємства, який розглядається з одного боку, як засоби й умови формування та розвитку відносин, а з іншого – як результат таких відносин, означений результат пропонується оцінювати через цінність, носіями якої є постійні споживачі, клієнтська база, зв'язки зі споживачами, ділова репутація, лояльність споживачів. Виходячи з цього, існують такі напрямки оцінювання споживчого капіталу, як наявність та зростання кількості постійних споживачів; розвиток клієнтської бази; інтенсивність зв'язків зі споживачами; наявність повторних контрактів; висока ділова репутація; лояльність споживачів тощо.

На думку М. Г. Бойко [14], якість управлінської діяльності визначає наявність постійних ділових відносин підприємства із споживачами. Клієнтська база підприємства складається із сукупності постійних споживачів (юридичних та фізичних осіб), яка визначає якісну характеристику системи взаємовідносин підприємства на основі сумісного створення споживчої цінності товарів (послуг), а також отримання і розподілу вигоди між учасниками цієї взаємодії.

Існує декілька підходів до оцінювання клієнтської бази підприємства як складової споживчого капіталу [15]. На думку автора дослідження, найбільш повним методом оцінювання клієнтської бази підприємства є метод перспективних оцінок клієнтської бази, автором якого є М. Г. Бойко. Метод полягає в оцінюванні клієнтської бази на основі кількісних та якісних показників, які мають відображати: позитивні тенденції прибутковості господарської діяльності як результату взаємовідносин із постійними споживачами, які формують клієнтську базу; можливості підвищення прибутковості через формування диференційованих програм обслуговування постійних споживачів за результатами моніторингу їх потреб та кількісних показників продажів продуктів тощо.

Існують різноманітні підходи до оцінювання управління споживчим капіталом. Основними компонентами інформаційної системи якості послуг, що надаються споживачам, є такі:

- опитування споживачів;
- збір скарг, пропозицій і коментарів споживачів;
- загальні огляди ринку;
- опитування співробітників.

Аналізуючи вищеописані методи оцінювання споживчого капіталу, пропонується для формалізації такого процесу застосовувати математичний апарат штучного інтелекту, зокрема, нечітких множин, що:

- 1) уможливить врахування потужних масивів різноякісної вхідної інформації;
- 2) позбавить необхідності аналізу усіх можливих комбінацій значень оцінювальних параметрів у відповідній математичній моделі;
- 3) дозволить приймати обґрунтоване рішення щодо рівня споживчого капіталу природною мовою особи, яка приймає рішення;
- 4) дозволить динамічно змінювати множину вхідних та вихідних параметрів, що відображає мінливість впливу як зовнішніх, так і внутрішніх середовищ вітчизняних підприємств.

Висновки

В результаті аналізу існуючих підходів до оцінювання клієнтської бази підприємства як складової споживчого капіталу було виявлено низку їх недоліків, що уможлиблює обґрунтування оптимального серед них. За критерієм повноти метод перспективних оцінок клієнтської бази є найкращим.

Аналіз методів оцінювання споживчого капіталу уможлиблює визначення їх переваг та недоліків, що дозволяє окреслити перспективні серед них та уможлиблює подальшу формалізацію процесу оцінювання споживчого капіталу на основі математичного апарату штучного інтелекту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Куликов Е. Насколько востребованы в Украине сервисы CRM? / Е. Куликов // Компьютерное обозрение. – 2010. – № 7 (718). – С. 26-27.
2. Гужва В. М. Інформаційні системи і технології на підприємствах: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2001. – 400 с.
3. Оксанич А.П. Інформаційні системи і технології маркетингу: Навч. посіб. / А. П. Оксанич, В. Р. Петренко, О. П. Костенко. – К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 320 с.
4. Пономаренко В. С. Технология автоматизированной обработки экономической информации / В. С. Пономаренко, Р. К. Бутова, С. В. Минухин, А. В. Милов – К.: ИС-ДО, 2006. – 224 с.
5. Эдвинссон Л. Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости компании. Новая постиндустриальная волна на Западе / Л. Эдвинссон, М. Мелоун; под ред. В. Иноземцев. – М.: Академия, 1999. – 1067 с.
6. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии / Э. Брукинг; [пер. с. англ. Л. Н. Ковачиной]. – СПб.: Питер, 2001. – 288 с.
7. Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Т. Стюарт. – М.: Поколение, 2007. – 436 с.
8. Кендюхов О.В. Оцінка ефективності управління клієнтським капіталом [Електронний ресурс] / О.В. Кендюхов // Ефективна економіка, 2012. – № 10. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1493>.
9. Козырев А. Н. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности / А. Н. Козырев, В. Л. Макаров. – М.: «Интерреклам», 2003. – 352 с.
10. Ілляшенко С. М. Сутність, структура й методичні основи оцінки інтелектуального капіталу підприємства / С. М. Ілляшенко // Економіка України. – 2008. – №11. – С. 16-26.
11. Просвирина И. И. Интеллектуальный капитал: новый взгляд на нематериальные активы / И. И. Просвирина // Финансовый менеджмент. — 2004. — №4. — С. 98—106.
12. Brown S. A. Customer Relationship Management: A Strategic Imperative in the World of E-business. John Wiley & Sons Canada LTD: Canada, 2000.
13. Wilson D.T. An Integrated Model of Buyer-Seller Relationships / D. Wilson // Handbook of Relationship Marketing / Ed. J.N. Sheth, A. Parvatiyar. – L.: Sage Publications, 2000. – P. 245-270.
14. Бойко М.Г. Організаційно-економічні засади взаємодії підприємства зі споживачами / М.Г. Бойко // Вісник Маріупольського державного університету. Сер.: Економіка. – 2011. – Вип. 2. – С. 86-92. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vmdu_ek_2011_2_14.pdf
15. Азарова А. О., Мороз О. В. Оцінювання ефективності управління споживчим капіталом // «Економічний простір»: Журнал. – Збірник наукових праць. – №60. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2012. – С.201–206.

Науковий керівник: **Азарова Анжеліка Олексіївна** — канд. техн. наук, професор кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Писаренко Ксенія Михайлівна — студент групи МОі-136, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: kseniia.pisarenko@best.eu.org

Supervisor: **Azarova Angelica O.** — PhD, professor of the Faculty of MIS, deputy dean of the FMIS by researching and international cooperation, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Pysarenko Kseniia M. — Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: kseniia.pisarenko@best.eu.org

Розроблення математичної моделі оцінювання рівня інноваційної діяльності підприємства та методу її формалізації на основі математичного апарату нечіткої логіки

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі запропоновано математичну модель оцінювання рівня інноваційної привабливості підприємства на основі апарату нечіткої логіки.

Ключові слова: інноваційна привабливість, нечітка логіка, матриця знань.

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 appeal, fuzzy logic, matrix knowledge.

Потужним важелем національної економіки в умовах кризи є інноваційна привабливість вітчизняних підприємств як для внутрішніх, так і зовнішніх інвесторів. Уміння формувати й ефективно використовувати інноваційний потенціал стає вирішальним фактором забезпечення конкурентоспроможності та розвитку вітчизняних підприємств.

Основними завданнями наукового дослідження є розроблення математичної моделі та відповідного методу її формалізації на основі нечіткої логіки, що уможливує оцінювання рівня ІПП.

Отже, метою дослідження є обґрунтування шляхів покращення інноваційної діяльності вітчизняних підприємств на основі засобів математичного моделювання.

Об'єктом дослідження є процес управління інноваційною привабливістю підприємства.

Предметом дослідження слугують методи та засоби покращення інноваційної діяльності підприємства.

У сучасних наукових та прикладних дослідженнях великого значення набуває інноваційна привабливість підприємства. Вагомий внесок у розвиток інноваційної привабливості зробили вітчизняні та зарубіжні науковці, як В. Александрова, А. Гальчинський, Б. Гринєв, О. Лапко, О. Мазур, Т. Морозов, В. Семиноженко, В. Соловійов, А. Тибінь, В. Туташинський, Д. Браун, Ч. Кобурн, С. В. Чоботар, І. В. Новікова, О. С. Іванілов та ін.

Не зважаючи на великий обсяг досліджень, проведених різними науковцями існують значні недоліки у наявних моделях і методах, що виявляються у їх слабкій формалізації та алгоритмізованості, відсутності відповідних програмних засобів їх автоматизації, обмеженні та не завжди ефективний спектр аналізованих чинників переважно кількісного характеру. Разом із тим, слід відзначити потребу в урахуванні низки якісних параметрів впливу, що стає можливим завдяки використанню апаратів штучного інтелекту. Одним із таких підходів є нечітка логіка. Вона уможливує врахування впливу потужно множини різноякісних параметрів без необхідності аналізу усіх комбінацій їх значень. Крім того, результуюче рішення приймається природною мовою експерта на основі лінгвістичних термів [1,2].

Множина L первинних вхідних показників l_c ($c = \overline{1, C}$); уможливує визначення множини $X = \{x_{il}\}$, $i = \overline{1, n}$, $n=3$, $l = \overline{1, L}$, $L=16$ оцінювальних параметрів. У свою чергу X є базою для ідентифікації множини функцій $f_1 \dots f_3$, на основі яких здійснюється оцінювання інноваційної діяльності підприємства множиною вихідних параметрів $ID = (ID_j)$, $j = \overline{1, J}$, $J = 3$.

Отже, математична модель такого процесу набуває вигляду:

$$\begin{aligned} L &\xrightarrow{F_1} X \xrightarrow{F_2} ID_j, F_1 : L \rightarrow X; F_2 = F(f_1, f_2, f_3), \\ f_1 &= g_1(x_{11} \dots x_{13}), f_2 = g_2(x_{21} \dots x_{27}), f_3 = g_3(x_{31} \dots x_{36}) \end{aligned} \quad (1)$$

На основі множинних параметрів $x_{il}, i=\overline{1,3}; l=\overline{1,16}$ сформована сукупність функцій перетворення: f_l – функція іміджу підприємства; f_2 – функція фінансового стану підприємства; f_3 – функція організаційної характеристики підприємства.

Для оцінювання параметрів $(x_{11}, \dots, x_{13}, x_{21}, \dots, x_{27}, x_{31}, \dots, x_{36})$ було використано три нечіткі терми $t=\overline{1,T}, T=3$, оскільки вони враховують із достатнім рівнем точності специфіку досліджуваних параметрів. Необхідно зауважити, що діапазон зміни параметрів знаходиться у межах від 0 до 1, оскільки попередньо було проведено нормування значень.

Для опису цих параметрів авторами на основі експертних знань було запропоновано Гаусові функції належності $\mu^t(x_{il})$ до трьох нечітких термів [3-5].

Використовуючи узгоджену експертну інформацію, було складено матриці знань для оцінювання параметрів, що описують імідж підприємства, фінансовий стан та його організаційні характеристики.

Логічні рівняння для функції фінансового стану підприємства f_2 , що формалізують вищевикладену матрицю знань:

$$\begin{aligned}\mu^B(f_2) &= \mu^B(x_{21}) * \mu^B(x_{22}) * \mu^B(x_{23}) * \mu^B(x_{24}) * \mu^B(x_{25}) * \mu^C(x_{26}) * \mu^B(x_{27}) \vee \\ &\vee \mu^B(x_{21}) * \mu^C(x_{22}) * \mu^B(x_{23}) * \mu^B(x_{24}) * \mu^B(x_{25}) * \mu^B(x_{26}) * \mu^B(x_{27}) \vee \\ &\vee \mu^B(x_{21}) * \mu^C(x_{22}) * \mu^C(x_{23}) * \mu^B(x_{24}) * \mu^C(x_{25}) * \mu^B(x_{26}) * \mu^B(x_{27}).\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\mu^{BC}(f_2) &= \mu^B(x_{21}) * \mu^C(x_{22}) * \mu^B(x_{23}) * \mu^C(x_{24}) * \mu^C(x_{25}) * \mu^C(x_{26}) * \mu^B(x_{27}) \vee \\ &\vee \mu^C(x_{21}) * \mu^B(x_{22}) * \mu^C(x_{23}) * \mu^C(x_{24}) * \mu^C(x_{25}) * \mu^B(x_{26}) * \mu^C(x_{27}) \vee \\ &\vee \mu^B(x_{21}) * \mu^B(x_{22}) * \mu^C(x_{23}) * \mu^C(x_{24}) * \mu^C(x_{25}) * \mu^B(x_{26}) * \mu^C(x_{27}).\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\mu^C(f_2) &= \mu^C(x_{21}) * \mu^C(x_{22}) * \mu^B(x_{23}) * \mu^C(x_{24}) * \mu^H(x_{25}) * \mu^C(x_{26}) * \mu^C(x_{27}) \vee \\ &\vee \mu^C(x_{21}) * \mu^H(x_{22}) * \mu^C(x_{23}) * \mu^C(x_{24}) * \mu^C(x_{25}) * \mu^C(x_{26}) * \mu^C(x_{27}) \vee \\ &\vee \mu^H(x_{21}) * \mu^C(x_{22}) * \mu^C(x_{23}) * \mu^H(x_{24}) * \mu^C(x_{25}) * \mu^C(x_{26}) * \mu^H(x_{27}).\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\mu^{HC}(f_2) &= \mu^C(x_{21}) * \mu^C(x_{22}) * \mu^C(x_{23}) * \mu^C(x_{24}) * \mu^H(x_{25}) * \mu^C(x_{26}) * \mu^H(x_{27}) \vee \\ &\vee \mu^H(x_{21}) * \mu^C(x_{22}) * \mu^C(x_{23}) * \mu^H(x_{24}) * \mu^H(x_{25}) * \mu^C(x_{26}) * \mu^C(x_{27}) \vee \\ &\vee \mu^H(x_{21}) * \mu^H(x_{22}) * \mu^C(x_{23}) * \mu^H(x_{24}) * \mu^C(x_{25}) * \mu^H(x_{26}) * \mu^H(x_{27}).\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\mu^H(f_2) &= \mu^C(x_{21}) * \mu^H(x_{22}) * \mu^H(x_{23}) * \mu^H(x_{24}) * \mu^C(x_{25}) * \mu^H(x_{26}) * \mu^H(x_{27}) \vee \\ &\vee \mu^H(x_{21}) * \mu^H(x_{22}) * \mu^C(x_{23}) * \mu^H(x_{24}) * \mu^H(x_{25}) * \mu^C(x_{26}) * \mu^H(x_{27}) \vee \\ &\vee \mu^H(x_{21}) * \mu^H(x_{22}) * \mu^H(x_{23}) * \mu^H(x_{24}) * \mu^H(x_{25}) * \mu^H(x_{26}) * \mu^H(x_{27}).\end{aligned}$$

Аналогічно було побудовано авторами статті логічні рівняння для функцій f_1 – функція фінансового стану підприємства, f_3 – функція організаційної характеристики підприємства.

Для підвищення точності оцінювання інноваційної привабливості підприємства використаємо 5 лінгвістичних J термів, $J=\overline{1,J}, J=5$.

Отже, запропоновано математичну модель оцінювання рівня ПП, що, на відміну від існуючих підходів, засобами нечіткої логіки уможливило врахування широкого спектру параметрів впливу з мінімальними грошовими та часовими витратами. Вона дозволяє врахувати трикутник функцій впливу, а саме функцій фінансового стану підприємства, його іміджу та організаційної характеристики, що суттєво підвищує точність оцінювання рівня інноваційної привабливості підприємства.

Слід зазначити, що перспективним завданням авторів є розробка відповідного програмного забезпечення, що дозволить автоматизувати такий процес.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. 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.
2. Азарова А. О., Жалін Ю. О. Розроблення механізму покращення інноваційної діяльності підприємства сучасними інформаційними технологіями : монографія / А. О. Азарова, Ю. О. Жалін // Управління інноваційною, інвестиційною та економічною діяльністю інтегрованих об'єднань та підприємств. – 2016. – № 1. – С. 124–133.
3. Азарова А. О., Жалін Ю. О. Комплексна цільова програма покращення інноваційної привабливості підприємства засобами ієрархічного цільового оцінювання альтернатив на основі сучасних СППР / А. О. Азарова, Ю. О. Жалін // Інноваційна економіка. – 2016. – № 1-2. – С. 83–88.
4. Азарова А. О., Жалін Ю. О. Математичне моделювання процесу оцінювання рівня інноваційної діяльності підприємства / А. О. Азарова, Ю. О. Жалін // Economics, management, law: realities and perspectives: Collection of scientific articles. – Les Editions L'Originale, Paris, France, 2016. – С. 175–178.
5. Чоботар С. В. Інноваційний потенціал підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/Okt/18_Chebot.htm;

Жалін Юлія Олександрівна – студентка групи MOi-16мн, 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.** - PhD, professor of the Faculty of MIS, deputy dean of the FMIS by researching and international cooperation.

СТРАТИФІКАЦІЯ ТА ДЕКОМПОЗИЦІЯ ПРОЦЕСУ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

¹ Вінницький національний технічний університет

Анотація

Запропоновано критичний аналіз існуючих підходів до декомпозиції процедури оцінювання інтелектуального капіталу вітчизняних підприємств, що уможливило стратифікацію та ідентифікацію такого процесу. Побудована автором структурна схема дозволяє оцінити рівень інтелектуального капіталу, що дозволяє в подальшому обґрунтувати шляхи його зростання.

Ключові слова: структурна схема, рівень інтелектуального капіталу, стратифікація, декомпозиція.

Abstract

A critical analysis of existing approaches of decomposition evaluation procedure of the intellectual capital of domestic enterprises is proposed. It makes possible to stratify and identify such process. Structural block diagram, which was built by the author, allows to evaluate the level of intellectual capital and to justify the ways of its development in further.

Key words: structural block diagram, level of intellectual capital, stratification, decomposition.

Вступ

Актуальність проблеми. Протягом останніх 10 років у світовій науковій літературі досить часто стало з'являтися поняття «інтелектуальний капітал». Оскільки ця дефініція ще не є сталою і викликає велику полеміку у науковому середовищі із приводу своїх складу та структури, то за аналогії беруться такі поняття, як нематеріальні активи, інтелектуальний потенціал, активи знань і т.п.

На думку автора дослідження, інтелектуальний капітал (ІК) підприємства – це знання, інтелект, навички працівників, інформаційні ресурси, досвід, організаційні можливості, які перетворюються на вартість і можуть використовуватися для зростання його конкурентоспроможності та прибутку.

Традиційну основу діяльності компанії становить сукупність основних фондів, що знаходяться у власності власників компанії, які несуть відповідальність за їх збереження і наймають працівників для використання з метою реалізації комерційних цілей організацій. Цікавим є поява нової компоненти капіталу сучасного підприємства – інтелектуального капіталу, що не має матеріальної форми і певна частина якого не належить повністю власникові. Отже, сьогодні спостерігаються значні зрушення у структурі капіталу компанії на користь його нематеріальної (інтелектуальної) складової, на кшталт, інформації, знань, досвіду персоналу та ін.

Переваги зміни співвідношення матеріального виробництва на користь інтелектуального є недостатньо дослідженими економістами. Використання інтелектуальних ресурсів у виробництві, зростання їх частки в загальній вартості підприємства, принципи і методи оцінювання – ці питання є слабо вивченими і дискусійними на етапі формування постіндустріального суспільства. Разом із тим, вирішення даних проблем дозволить отримати не тільки кількісну і якісну оцінку ІК, а й раціонально управляти цим найважливішим ресурсом стратегічного розвитку підприємства. Таким чином, необхідною є чітка структуризація та декомпозиція цієї складної економічної дефініції шляхом її моделювання з використанням системного підходу.

Результати дослідження

Інтелектуальний капітал є основою майбутнього зростання підприємства, він дозволяє економити техніку, грошові ресурси і матеріальні засоби, підвищує життєздатність учасників економічного процесу.

Визначимо спільні риси інтелектуального і фізичного капіталів:

- виникають як результат вкладень ресурсів (фінансових ресурсів, інших матеріальних ресурсів, знань, кваліфікації) для виробництва товарів і послуг;
- приносять власникові дохід;
- підлягають зношуванню і потребують на амортизацію.

Разом із тим, ці капітали відрізняються у таких аспектах:

- фізичний капітал має матеріальну природу, а інтелектуальний капітал – нематеріальну (невидимий актив);
- фізичний капітал – попередній результат роботи підприємства, а інтелектуальний, хоч і є результатом минулих інвестицій, проте він спрямований на майбутнє використання;
- базою для визначення фізичного капіталу є отримані витрати, а інтелектуального – вартість, яка виявляється на даний момент на основі прогнозів майбутнього використання;
- ІК приносить матеріальні і фінансові результати, а також і нематеріальні;
- фізичний капітал оцінюється на основі вартісних показників, а інтелектуальний – переважно матеріально-речовими показниками. Такий процес відбувається на періодичній основі для фізичного капіталу і має безперервний характер для інтелектуального.

На сьогоднішньому етапі розвитку теорії інтелектуального капіталу не існує єдиної концепції формування його структури. Автор дослідження пропонує на основі врахування переваг і недоліків основних з них розробити власний оптимальний підхід до вивчення ІК.

Слід зауважити, що розроблено безліч концепцій ІК вченими далекого зарубіжжя. Так, Е. Брукінг виділяє такі складові інтелектуального капіталу [1]:

- людський капітал (знання і досвід персоналу);
- ринковий капітал (клієнтські взаємозв'язки, договори і контракти);
- інтелектуальна власність (патенти, торгові марки, авторські права, отримані працівниками, але перебувають у власності фірми, що має повне право на їх використання);
- інфраструктурний капітал (філософія управління фірми, її культура і бізнес-традиції).

Ця структура є неповною, оскільки не враховуються такі важливі складові ІК, як адміністративна система підприємства (програмне забезпечення, технічні засоби управління, єдиний архів підприємства, інформаційні ресурси), інтелект і навички персоналу тощо. Крім того, відсутня в структурі Е. Брукінга і маркетингова політика, хоча системи маркетингу товарів і послуг, залучення нових економічних контрагентів, канали збуту відіграють значну роль в управлінні інтелектуальним капіталом.

Л. Едвінссон і М. Мелоун виділяють дві складові інтелектуального капіталу – людський і структурний капітали [2]. Згідно з їх розумінням комплексної дефініції ІК, людський капітал – це сукупність знань, практичних навичок і творчих здібностей персоналу підприємства, використовуваних під час виконання його поточних завдань, а також моральні цінності і філософія підприємства, культура праці і загальне ставлення до справи.

Під структурним капіталом Л. Едвінссон і М. Мелоун мають організаційну структуру підприємства, його бази даних, інтелектуальну власність і зв'язку підприємства з клієнтами (клієнтський капітал). Однак, слід зауважити, що структурний капітал, у такому його трактуванні, містить частину споживчого капіталу, який є самостійним елементом ІК, і являє собою зв'язки і стійкі відносини підприємства з елементами зовнішнього середовища, зокрема: економічними контрагентами (постачальниками, споживачами, посередниками, кредитно-фінансовими установами, органами влади, пресою, навчальними закладами та іншими зацікавленими організаціями); крім того споживчий капітал також уособлює інформацію про економічних контрагентів і історію відносин із ними, репутацію підприємства тощо.

Американський економіст Т. Стюарт вважає, що основними складовими ІК, крім людського капіталу, структурного та споживчого, є організаційний капітал (organizational capital), інноваційний капітал (innovation capital) і процесний капітал (process capital) [3].

Людський капітал по Т. Стюарту складається з набутих знань, навичок, мотивацій і енергії, якими наділені індивіди і які використовуються протягом певного періоду для виробництва товарів і послуг. При цьому велике значення також має освіта, яка розглядається як інвестиції в людський капітал, поряд з такими детермінантами його розвитку, як охорона здоров'я, міграція, пошук інформації та ін.

До структурному капіталу належать бази даних, списки споживачів, персоналу компанії, а також торгові марки і організаційні структури [3].

Споживчий (клієнтський) капітал по Т. Стюарту – це наявні та майбутні споживачі товарів або послуг компанії. Ця складова ІК відображає також здатність фірми задовольнити потреби і запити своїх клієнтів. Споживчий капітал ще називають «капіталом відносин» компанії зі споживачами її продукції.

Організаційний капітал – це зібрані разом компетентність і система, що дозволяє реалізувати здатність компанії до залучення та розміщення інвестицій, а також організаційні можливості щодо створення капіталу.

Організаційний капітал, на думку Т. Стюарта, складається з процесного та інноваційного [3].

Процесний капітал – це сукупна вартість як створюючих, так і безпосередньо не створюючих вартість процесів, що слугують допоміжним чинником.

Інноваційний капітал – це здатність до оновлення фірми, захищена комерційним правом, а також інші нематеріальні активи і цінності, наприклад, відомості технічного, організаційного, комерційного, виробничого та іншого характеру, які можуть становити комерційну таємницю.

Разом із тим, у структурі інтелектуального капіталу, запропонованої Т. Стюартом, не виділено такі об'єкти інтелектуальної власності, що включають товарний знак, патенти, ноу-хау, об'єкти авторського права, суміжних прав, промислової власності. Також Т. Стюарт розглядає споживчий капітал лише як існуючих і майбутніх споживачів підприємства, проте він повинен включати зв'язку з усіма економічними контрагентами (постачальниками, споживачами, посередниками, кредитно-фінансовими установами, органами влади, пресою, навчальними закладами тощо).

На думку К.-Е. Свейбі, інтелектуальний капітал включає такі елементи [4]:

- зовнішня структура (тісні взаємини між підприємством та іншими суб'єктами ринку);
- внутрішня структура (культура і традиції фірми, а також комп'ютери, інформаційні мережі, засоби зв'язку і технології, безпосередньо використовувані працівниками у своїй роботі);
- індивідуальна компетентність (властивість індивіда до певних дій у різних умовах).

Однак, слід зазначити, що дане розуміння структури ІК не враховує широкий спектр чинників, а саме: об'єкти інтелектуальної власності, маркетингову політику, мобільність і здоров'я персоналу, інформацію про споживачів і контрагентів.

Розглянемо концепції інтелектуального капіталу, пропонувані на пострадянському просторі.

Так, А. Панкрухін визначає такі елементи інтелектуального капіталу, як [5]:

- клієнтський капітал (імідж, бренди, торговельні марки, взаємозв'язки, що сприяють налагодженню і зміцненню клієнтських взаємовигідних відносин);
- організаційний капітал (об'єктивно діючі фактори і умови, що впливають на формування інтелектуального капіталу на певному ареалі, зокрема: правові, інституційні складові науки і освіти, капіталізація, соціальні інститути, технології, технічне і програмне забезпечення, інтелектуальна власність, корпоративна культура);
- людський капітал.

Потрібно зауважити, що А. Панкрухін залишив без уваги такі важливі складові ІК, як: система маркетингу товарів і послуг, каналів збуту, якості мереж розподілу; рівень виконання контрактних зобов'язань; інформація про споживачів і контрагентів.

А. Гапоненко запропонував інший підхід до структурування ІК, виділяючи три його складові елементи – людський (знання, навички, здібності, культура праці, моральні цінності), організаційний (технологічне та програмне забезпечення, патенти, товарні знаки, оргструктура, культура організації) і споживчий (зв'язку з клієнтами, інформація про клієнтів, взаємини з клієнтами, торгова марка) капітали.

На думку автора дослідження, дана структура також є неповною, оскільки не враховує мотивацію, мобільність і здоров'я персоналу, ноу-хау, об'єкти авторського права, суміжних прав та промислової власності, маркетингову політику підприємства, інформацію про контрагентів тощо.

А. Чухно мав зовсім інший погляд на структуру інтелектуального капіталу, виділяючи на макрорівні гуманітарний та інтелектуальний потенціал нації [7].

Гуманітарний потенціал є більш широким поняттям, що визначається рівнем фізичного та психологічного здоров'я нації, її соціального благополуччя, моральності, духовності, інтелектуального розвитку, психологічної єдності, гуманітарної активності.

Інтелектуальний потенціал є складовою частиною гуманітарного і характеризує систему освіти, комп'ютерне забезпечення, систему зв'язку, бази даних, систему науки, інтелектуальної власності, в результаті активного свого використання він перетворюється на інтелектуальний капітал.

Вчений використовує занадто широкі соціально-економічні категорії, при цьому запропонований підхід не адаптований до реалій мікрорівня, на якому функціонують окремі підприємства і організації. Він не оперує чіткими конкретно виділеними поняттями, що істотно ускладнює формалізацію процесу оцінювання ІК внаслідок врахування великої кількості якісних, неоднозначно трактованих параметрів його вимірювання, що належать не стільки до даної економічної дефініції, скільки до сусідніх із ним соціальних, психологічних, психофізіологічних, педагогічних концепцій.

Крім того, зауважимо, що вчений не виділяє в окремий структурний елемент людський капітал, хоча деякі його елементи простежуються як в гуманітарній, так і інтелектуальній складових. Однак людський капітал залишається пріоритетним компонентом ІК і автор дослідження вважає за доцільне його виділення для подальшого вивчення з метою підвищення точності оцінювання.

Ю. Гава розглядає інтелектуальний капітал як поєднання людського і технологічного капіталу [8].

Людський капітал з точки зору Ю. Гави включає знання, навички, вміння, досвід, творчі здібності працівників, їх спроможність працювати і приймати рішення в конкретних ситуаціях, створювати імідж фірми і будувати стратегічні і тактичні цілі.

Технологічний капітал – способи організації виробництва, способи управління ним, технології виробництва, технології соціокультурних взаємин, логістичні зв'язки.

На жаль, даний підхід не враховує споживчий капітал, об'єкти інтелектуальної власності тощо.

На думку С. Вовканича, інтелектуальний капітал є інноваційно-інформаційною складовою людського капіталу [9]. Він вважає, що людський капітал не може бути підсистемою інтелектуального капіталу, тому що це пов'язано з порушенням прав на отримання необхідної та повної інформації для розвитку особистості. Однак, на думку автора статті, людський капітал не зачіпає безпосередньо ті особистісні характеристики, які є секретними, а розглядає лише результат їх впливу на цінність працівника. Крім того, пріоритетними під час оцінювання рівня ІК є ті чинники людського капіталу, які в цілому і визначають цінність працівника (знання, навички, здібності, культура праці, моральні цінності), що безумовно є основним аспектом для обов'язкового оцінювання персоналу на підприємстві та раціонального визначенні його заробітної плати. Слід зауважити, що більшість вчених, до яких належать Е. Брукінг, Л. Едвіссон, М. Мелоун, А. Панкрукін, А. Гапоненко, а також автор цього дослідження вважають, що поняття «інтелектуальний капітал» за змістом значно ширше, ніж поняття «людський капітал» і охоплює його змістовні характеристики.

А. Нікіфоров визначає такі елементи ІК, як [10]:

- людський інтелект (креативні і підприємницькі здібності);
- штучний інтелект (забезпечення створення, обробки і передавання інформації, інтелектуальної діяльності);
- інтелектуальні продукти (здатність створювати нове знання).

Зауважимо, що лише здатність створювати нове знання не може розглядатися як готові інтелектуальні продукти, тому таке твердження є сумнівним. Крім того, даний підхід не враховує споживчий капітал, що є важливою частиною інтелектуального капіталу, як окремий елемент в організаційній структурі ІК, а також маркетингову політику та багато інших аспектів впливу.

Отже, з урахуванням виявлених переваг та недоліків існуючих концепцій інтелектуального капіталу автор пропонує таке декомпозиційне розбиття комплексної дефініції ІК, як зображено на структурній схемі (рис. 1), кожен з елементів якої є окремим стратою, що враховує низку інших підпараметрів впливу.

Деякі компанії оцінюють величину інтелектуального капіталу як різницю між ринковою оцінкою її вартості і її фізичними активами [11].

Для інтегральної вартісної оцінки величини інтелектуального капіталу застосовується коефіцієнт Тобіна. Відношення ринкової ціни компанії до ціни заміщення її реальних активів (будівель, споруд, обладнання, запасів, а також залишків грошей на рахунках за вирахуванням боргів) носить назву коефіцієнта Тобіна – на прізвище економіста, вперше який запропонував досліджувати дане співвідношення.

Слід зауважити, що ринкова вартість компанії найбільш достовірно виявляється лише під час реального її придбання іншою компанією [11].

Висновки

У сучасних умовах інтелектуальний капітал виходить на передній план, оскільки він є одним з основних факторів, що визначають конкурентоспроможність економічних систем, а в результаті багатство і економічну міць нації.

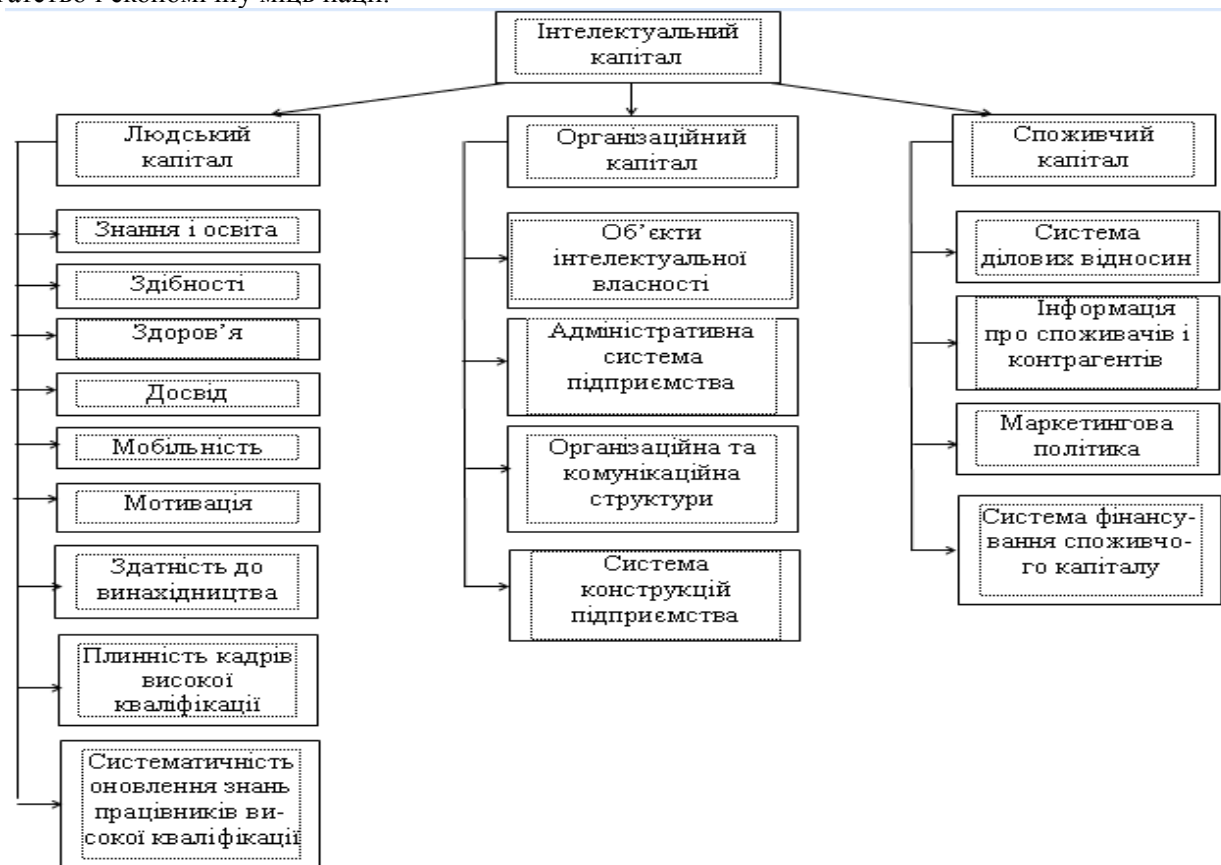


Рисунок 1 – Структурна схема інтелектуального капіталу

У сучасній економіці інтелектуальний капітал слугує головним ресурсом вітчизняних підприємств, від якого залежить їх розвиток і продуктивність. Не зважаючи на те, що інтелектуальний капітал стає основним фактором економічного зростання компаній, традиційна економічна теорія та управлінська практика ще й досі роблять акцентуацію на фізичних активах і матеріальних продуктах праці. Нові ж підходи до розвитку фірм і організацій переносять акцент управлінських впливів на інтелектуальний капітал, застосовуючи нові продуктивні підходи і методи.

Отже, автором дослідження було:

- 1) проаналізовано існуючі зарубіжні та вітчизняні підходи до визначення структури і сутності інтелектуального капіталу, що дозволило виявити їх недоліки та переваги;
- 2) запропоновано структурну схему декомпозиційного розбиття складної дефініції інтелектуального капіталу, кожен з елементів якої є окремим стратою, що враховує низку інших підпараметрів впливу, яка дозволяє оцінити широкий спектр чинників, що його визначають (як кількісного, так і якісного характеру), і робить можливим подальше їх вимірювання з метою отримання агрегованої оцінки рівня ІК на підприємстві і обґрунтування засобів його подальшого розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии / Э. Брукинг; пер. с. англ. Л.Н. Ковачиной. – СПб. : Питер, 2001. – 288 с.
2. Маркова Н. С. Теоретико-методические основы формирования и развития интеллектуального капитала / Н. С. Маркова. – Харьков, 2005. – 184 с.

3. Стюарт Т.А. Интеллектуальный капитал. Новые богатства организаций / Т. А. Стюарт. – Нью-Йорк, Лондон, 1999 год. – 280 с.
4. Свейби Е.-А. Измерение нематериальных активов и интеллектуального капитала / Е.-А. Свейби. – Режим доступа: <http://www.sveiby.com>.
5. Панкрухин А. Структура интеллектуального капитала России / А. Панкрухин // Государственная служба. – 2004. – № 1. – С. 17 – 29.
6. Гапоненко А. Л. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал / А. Л. Гапоненко, Т. М. Орлова. – М.: Эксмо, 2008. – 400 с.
7. Чухно А. А. Постиндустриальная экономика: теория, практика и ее значение для Украины // А. Чухно. – М. : Логос, 2003. – 632 с.
8. Гава Ю. В. Интеллектуальный капитал – путь к экономическому росту Украины / Ю. В. Гава // Актуальные проблемы экономики: науч. эконом. журнал. – 2006. – № 4. – С. 129 – 134.
9. Вовканыч С. И. Человеческий и интеллектуальный капиталы в экономике знаний / С. И. Вовканыч, Л.К. Семив // Вестник НАН Украины. – 2008. – № 3. – С. 13 – 23.
10. Никифоров А. Е. Интеллектуальный потенциал и интеллектуальный капитал: критерии разграничения / А. Е. Никифоров // Проблемы науки. – 2011. – № 6. – С. 2 – 6.
11. Гапоненко А. Л. Теория управления / Гапоненко А. Л. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://uchebnik-online.com/132/567.html>.

Анжеліка Олексіївна Азарова — канд. техн. наук, професор, заст. декана Факультету менеджменту та інформаційної безпеки з наукової роботи та міжнародного співробітництва Вінницького національного технічного університету.

Azarova A. Anzhelika — Ph.D., Professor, Deputy dean of the Faculty of management and information security by scientific work and international cooperation Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Засоби автоматизованого управління інтелектуальним капіталом

Вінницький національний технічний університет¹

Анотація

У роботі досліджено поняття інтелектуального капіталу, розглянуто сутність та складові даної категорії, проаналізовано методичні рекомендації з управління інтелектуальним капіталом.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, програмні засоби, капітал.

Abstract

In this work the concept of intellectual capital, the essence and components of this category are analyzed guidelines on the management of intellectual capital.

Keywords: intellectual capital ofware tools, capital.

Вступ

У 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 й 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 правильного його оцінювання.

На даному етапі недостатньо висвітлено питання автоматизації систем оцінювання інтелектуального капіталу підприємства, динаміки розвитку та зміни структури, а також розроблення моделей оцінювання інтелектуального капіталу на вітчизняних підприємствах. Разом з тим універсальним підходом до управління інтелектуальним капіталом є саме застосування сучасних ПЗ, що уможливають як його оцінювання, так і подальше регулювання.

Слід зауважити що, підприємства, які правильно оцінюють та відповідно правильно 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 визначено динаміку його розвитку, шляхи формування організаційно-економічного механізму управління і визначення напрямів забезпечення ефективного функціонування даного ресурсу, методів його вимірювання, особливостей залежно від галузевої належності підприємств. Спостерігається недостатня розробленість досліджуваної теми як в методологічному, так і в теоретичному аспектах.

Метою дослідження, є обґрунтування методологічного підходу до управління інтелектуальним капіталом, як важливої складової активів підприємства для підвищення ефективності управління ним за сучасних економічних умов.

Об'єктом дослідження є процес управління інтелектуального капіталу.

Предметом дослідження є програмні засоби управління інтелектуальним капіталом.

Інтелектуальний капітал – це сукупність знань, навичок, вмінь працівників, інтелектуальної власності підприємства і інших нематеріальних активів, які ефективно використовуються, для ефективної науково-дослідницької, виробничої та комерційної діяльності [1].

Особливості інтелектуального капіталу полягають і в тому, що зовсім по-новому розв'язують проблеми його збереження і нагромадження.

М.А. Ескіндаров вважає, що інтелектуальний капітал – це система характеристик, що визначають здатність людини, тобто якість робочої сили, тобто працівника підприємства, фірми або

корпорації, що створює товар чи послуги, в цілях їх відтворення на основі персоніфікованого економічного інтересу кожного суб'єкта і їх сукупності [2].

Т. Стюарт визначає інтелектуальний капітал у ширшому розумінні. Він пише про "інтелектуальний матеріал", що складається зі знань і досвіду, які можуть бути використані для створення багатства, а також інтелектуальну власність [3].

На думку В. Іноземцева інтелектуальний капітал, також можна визначити, як: людський капітал, втілений у працівниках компанії у вигляді їхнього досвіду, знань, навичок, здібностей до нововведень, а також до загальної культури, філософії фірми, її внутрішніх цінностей; структурний капітал, що включає патенти, ліцензії, торговельні марки, організаційну структуру, бази даних, електронні мережі [4].

К. Свейбі має також цікавий підхід, він визначає інтелектуальний капітал як нематеріальні ресурси на основі моделі відомої як моніторинг нематеріальних активів створеною ним же. Він розрізняє три концепції інтелектуального капіталу: індивідуальні навички; внутрішні та зовнішні структурні одиниці компанії [3].

На сьогоднішній день існує безліч автоматизованих інформаційних програмних засобів, що сприяють підвищенню ефективності управління інтелектуальним капіталом на вітчизняних підприємствах. Український та зарубіжні ринки пропонують такі програмні продукти з автоматизації управління інтелектуальним капіталом, як CRM-система «ПАРУС», «1С:Предприятие», «DeloPro», Human Resources (HR) модулі, як SAP R / 3, Baan, Oracle Applications та інші.

Сучасна HR (Human Resources) система – це комплекс технологій, що автоматизують і полегшують роботу з персоналом на всіх рівнях, від оперативного (повсякденний облік даних) до стратегічного (прийняття рішень з розвитку компанії) [5].

Перевагою системи SAP HR є можливість її інтеграції з різними додатками для настільних ПК (MS Word, MS Excel та ін.).

Серед недоліків цих систем слід відзначити такі:

- довгий термін впровадження системи, який може продовжуватися декілька років;
- високу вартість володіння системою (вартість купівлі програмного забезпечення, впровадження, експлуатації та технічної підтримки);
- залежність кадрової служби від впровадження системи в інших підрозділах.

Система Oracle Human Resources Analyzer дозволить проаналізувати професійні якості працівників, відповідність їх навиків займаним посадам, що дасть можливість керівникам ефективно приймати рішення, що до управління людським капіталом.

Недоліки: висока ціна впровадження та підтримки, функціональна надмірність, недостатня швидкість адаптації до динаміки змін законодавства (особливо, податкового).

Система CRM-рішення «ПАРУС» – це інструмент автоматизації CRM-стратегії, який об'єднує в єдиний інформаційний простір взаємопов'язані бізнес-процеси основних підрозділів компанії по роботі з клієнтами (продаж, маркетинг, обслуговування) [6].

Перевагами CRM-системи «Парус» є такі: не вимагає застосування сторонніх СУБД, розширені функції адміністрування системи, конкурентні ліцензії, гнучкість налагодження інтерфейсу, простота і ергономіка інтерфейсу, великий перелік функціональних розділів, сумісність з пакетами «MS Office» і «Open Office», широкий спектр пакетів підтримки клієнтів, широка мережа представників в Україні із ліцензійним супроводом ПЗ, наявність центрів навчання та сертифікації користувачів системи [6].

Недоліками цього ПЗ є: недостатня конфіденційність і сумнівна надійність особистих даних клієнтів; значні витрати на навчання персоналу [7].

Ще одним автоматизованим засобом управління є система програм «1С: Підприємство» призначена для комплексної автоматизації економічної діяльності підприємств різних напрямків діяльності і форм власності.

«1С:Підприємство» дозволяє організувати єдину інформаційну систему для управління різними аспектами діяльності підприємства: управління виробництвом, у тому числі: планування виробництва; управління витратами і розрахунок собівартості; управління даними про вироби; управління основними засобами і планування ремонтів; управління фінансами, у тому числі: бюджетування, управління коштами.

Ряд недоліків: картка контрагента не дуже зручна; можливе дублювання даних, при занесенні в базу; немає можливості для сортування даних [8].

Висновки

У зв'язку із розвитком сучасних технологій є актуальним питанням впровадженням інформаційних технологій у всі процеси діяльності підприємства. На сучасному етапі суттєво зростає роль накопичення оновлення і практичного застосування знань людей, що в результаті забезпечує зростання якості даної категорії.

Підходи до оцінювання інтелектуального капіталу підприємства повинні бути не лише строго формальними, але й адаптованими до реального застосування на практиці.

Провівши аналіз даних програмних засобів управління інтелектуальним капіталом на великих вітчизняних підприємствах радимо використовувати HR (Human Resources), вона допоможе полегшити облік кандидатів на вільні посади, а також персонал підприємства. Планування використання персоналу, що забезпечить відповідність розподілу працівників по робочим місцям, при цьому прагнення до оптимального задоволення персоналу. Також дасть можливість працівникам планування певного кар'єрного росту. Але її недоліком є висока вартість, а також трудомісткість, тому на маленьких і середніх підприємствах запровадження даної програми не є актуальним.

На невеликих підприємствах доцільним буде використовувати «ІС:Підприємство» так, як у неї невисока вартість впровадження і доволі просто у застосуванні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кавецький В. В. Конкурентоспроможність підприємства у світлі реалізації інтелектуального капіталу / В. В. Кавецький // Вісник Вінницького політехнічного інституту . – 2008. – №2. – С. 26
2. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку//За ред. акад. НАН України В.М. Гейця.-К.: Ін-т економ. прогноз., Фенікс, 2003.- 1008 с
3. Jarugowa A. Rachunkowość i zarządzanie kapitałem intelektualnym. Gdańsk, ODDK/ J& Fijałkowska, 2002 - .116 с.
4. Иноземцев В. Л. За пределами экономического общества. Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире / В. Л. Иноземцев – М. : Academia, 1998. – 640с.
5. Сучасні автоматизовані системи управління персоналом – Режим доступу [http://easy-code.com.ua/2012/09/suchasni-avtomatizovani-sistemi-upravlinnya-personalom-chastina-2-komerciya-rizne-statti/]
6. Азарова А. О. Мороз О. В. Воробець Г. Ф. Автоматизовані засоби покращення управління споживчим капіталом / А. О. Азарова // Наука й економіка . – 2012. – №2.(26) –С. 183
7. Оксанич А.П. Інформаційні системи і технології маркетингу: Навч. посіб. / А. П. Оксанич, В. Р. Петренко, О. П. Костенко. – К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 320 с.
8. Гужва В. М. Інформаційні системи і технології на підприємствах / Гужва В. М. –КНЕУ, 2013.

Науковий керівник: **Азарова Анжеліка Олексіївна** – канд. тех. наук, проф. кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет.

Пужайло Олена Іванівна – студентка групи МОі-136, факультету менеджменту та інформаційної безпеки , Вінницький національний технічний університет.

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ ВІОЛІ-ДЖОНСА В ЗАДАЧАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ШЛЯХОМ ПОПЕРЕДНЬОЇ ОБРОБКИ ЗОБРАЖЕННЯ

¹Вінницький національний технічний університет;

²Сумський державний університет

Анотація

Розроблено механізм підвищення достовірності виявлення облич на зображенні за методом Віолі-Джонса, за рахунок проведення послідовної фільтрації вхідного зображення, що дозволяє значно підвищити якість подальшого їх розпізнавання до асимптотичного максимуму. Даний підхід дає можливість використовувати метод Віолі-Джонса для забезпечення інформаційної безпеки підприємства як в режимі активного так і пасивного моніторингу персоналу та відвідувачів.

Ключові слова: метод Віолі-Джонса, фільтрація вхідного сигналу, згортка зображення, ідентифікація обличчя, інформаційна безпека підприємства

Abstract

In the work we developed a increasing there liability mechanism of face detection on the image by Viola-Jones algorithm which consistent filtering and processing of the input image. It can significantly improve the reliability of their further recognition to the asymptotic maximum. Using this approach make able to apply Viola-Jones method for ensuring information security in active and passive monitoring modes.

Обробка зображень – це будь-яка форма обробки інформації, дані для якої представлені у вигляді зображень. Результатом обробки зображень може бути як змінене зображення, так і інформація, що міститься на зображенні: текст, обличчя людей, об'єкти [1]. Окрім статичних зображень іноді виникає потреба обробляти зображення, що постійно змінюються – відео потоки [2, 3, 4]. Одним з ключових напрямків досліджень, що проводяться в цій галузі, є корекція дефектів, які безпосередньо впливають на якість та результати обробки зображень.

На даний момент комп'ютерний зір є одним із наймолодших та одним з найперспективніших напрямків. Головними задачами комп'ютерного зору є:

- 1) перевірка наявності об'єкта на зображенні;
- 2) локалізація об'єкту;
- 3) відстеження об'єкта у відеопотоці;
- 4) ідентифікація об'єкту;
- 5) розпізнавання інформації, що містить об'єкт на зображенні (наприклад, тексту);
- 6) комбінація або суперпозиція задач для комплексних систем.

Часто перші дві задачі об'єднуються в одну і розв'язуються одним методом як, наприклад, метод Віолі-Джонса [5] або за допомогою двовимірного перетворення Фур'є [6]. Через свою універсальність та відносну простоту реалізації алгоритм Віолі-Джонса можна зустріти у різноманітній фото- та відеотехніці. Окремою важливою складовою подальшого вдосконалення алгоритму Віолі-Джонса полягає в тому, що результати його роботи застосовуються як вхідні дані в системах розпізнавання та контролю доступу і висока його результативність на даному етапі істотно впливає на загальну ефективність системи в цілому.

Для тестування була сформована вибірка з 13225 випадкових зображень [7]. Для кожного зображення було виконано обробку з використанням фільтрів, наведених вище.

Після цього було проведено розпізнавання класичним алгоритмом Віолі-Джонса на всіх сформованих наборах даних та на наборі з оригінальними зображеннями. Під час тестування враховувалося лише детектування наявності об'єкту на зображенні.

Проаналізувавши отримані результати приходимо до висновку, що найбільш доцільно для підвищення якості розпізнавання попередньо зменшувати яскравість зображення.

Під час досліджень було встановлено факт, що доцільно використовувати комбінації ефектів. Так, наприклад, було досліджено комбінування двох ефектів, які дають найкращі результати розпізнавання поодиночки (Brightness-30, Emboss). В залежності від порядку застосування, були отримані різноманітні результати: як візуальна відмінність так і різна кількість розпізнаних зображень. Так, при комбінації Brightness-30+Emboss було розпізнано 12287 з 13225 зображень, що становить 92.91%, а при комбінації 12180 з 13225, що становить 92.10% на одній вибірці. Використання трьох і більше фільтрів є недоцільним, оскільки вимагає використання додаткових ресурсів та не дає сталого ефекту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Image Processing and Analysis - Variational, PDE, Wavelet, and Stochastic Methods. Society of Industrial and Applied Mathematics // Tony F. Chan and Jackie (Jianhong) Shen, 2005
2. Rama Chellappa, Ashok Veeraraghavan and Gaurav Aggarwal. "Pattern Recognition in Video". Invited paper in International Conference on Pattern Recognition and Machine Intelligence(PReMI), 2005. Published in Lecture Notes in Computer Science, Volume 3776, Dec 2005, Pages 11-20
3. Kai Guo, P. Ishwar, J. Konrad. Action Recognition From Video Using Feature Covariance Matrices, Image Processing, IEEE Transactions, 2013.- 2479-2494 pp.
4. Le Ha Xuan, S.Nitsuwat. Face recognition in video, a combination of eigenface and adaptive skin-color model, Intelligent and Advanced Systems, 2007. ICIAS 2007. International Conference, -2007. - 742-747pp.
5. M.Jones, P.Viola. Rapid object detection using a boosted cascade of simple features, Computer Vision and Pattern Recognition, 2001. CVPR 2001. Proceedings of the 2001 IEEE Computer Society Conference (Volume:1). - 2001. - 511-518p.
6. Large-Scale Cover Song Recognition Using The 2D Fourier Transform Magnitude // Thierry Bertin-Mahieux, Daniel P.W. Ellis, 2012
7. Labeled Faces in the Wild Home [Електронний ресурс] // <http://vis-www.cs.umass.edu/lfw/>

Лисак Наталія Володимирівна – к.т.н., доцент кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Петров Сергій Олександрович – к.т.н., старший викладач комп'ютерних наук, Сумський державний університет, Суми

АНАЛІЗ ПРОГРАМНИХ ЗАСОБІВ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі здійснено аналіз основних програмних засобів управління інтелектуальним капіталом на підприємстві. Обґрунтовано оптимальний програмний засіб для покращення системи управління інтелектуальним капіталом вітчизняних підприємств.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, програмні засоби, організаційний капітал, споживчий капітал.

Abstract

The basic software of enterprise's intellectual capital management is analyzed in the article. The optimal software tool for improving the system of intellectual capital management of domestic enterprises is proved.

Keywords: intellectual capital, software, organizational capital, consumer capital.

В умовах нестримного розвитку ринкових відносин роль інтелектуального капіталу набуває важливого значення для підприємств, оскільки саме від нього залежать економічні результати діяльності організацій та їх становище на ринку.

Управління інтелектуальним капіталом набуло актуальності в Україні, починаючи з 2000 року. На думку Мельник Л. Г., інтелектуальний капітал – це інтелектуальні здатності людей у сукупності зі створеними ними матеріальними й нематеріальними засобами, які використовуються у процесі інтелектуальної праці [1].

Сьогодні існує безліч програмних засобів, що використовуються для підвищення ефективності управління інтелектуальним капіталом на підприємствах. Українські та зарубіжні компанії пропонують значну кількість програмних продуктів, основними серед яких є: «1С : Предприятие», «SAP ERP(SAP R/3)», «Галактика», «DeloPro». Розглянемо їх у таблиці 1.

Таблиця 1 – Аналіз основних програмних засобів управління інтелектуальним капіталом

Назва програмного засобу	Суть ПЗ	Переваги ПЗ	Недоліки ПЗ
1	2	3	4
«1С:Предприятие»	Можливість управління відносинами з клієнтами (CRM), а також можливість планування продажів і закупівель. Дозволяє підключати різне торгове обладнання: сканери штрих-коди, фіскальні реєстратори, принтери чеків і етикеток. Дана конфігурація призначена для обліку будь-яких видів торгових операцій. Вбудований універсальний обмін даними. Можливість здійснення бухгалтерського, фінансового та управлінського обліку. Кадровий облік, розрахунок заробітної плати. Вбудовані можливості оновлення засобами Інтернет.	1) Одна технологічна платформа і загальна методологія дає можливість розробляти галузеві та індивідуальні рішення на основі стандартних за допомогою додавання тільки потрібних функцій, які потрібні на підприємстві з урахуванням специфіки його роботи. 2) Легкодоступні та недорогі послуги сервісного обслуговування.	Обов'язкова необхідність підлаштування програми під окремого користувача та замовлення послуг служби підтримки.
«SAP ERP(SAP R/3)»	Система SAP ERP (SAP R / 3) - багатокомпонентна система, що дозволяє об'єднати господарські процеси виробництва, закупівлі і збуту продукції підприємства. Всі вони взаємопов'язані і	1) Можливість налаштування доступу до інформації для кожного користувача індивідуально, щоб уникнути навмисного або ненавмисного	1) Непридатна до нестабільного українського законодавства: часті зміни до вимог в оформленні звітності, зміни у відсоткових ставках податків.

Продовження таблиці 1

1	2	3	4
«SAP ERP(SAP R/3)»	підтримують логічний цикл фінансово-господарської діяльності. Облік і звітність – офіційний бухгалтерський облік, облік дебіторів, кредиторів, основних засобів, управління фінансами, бухгалтерський баланс, головна книга, управління майном, внутрішньовиробничий облік витрат за місцями їх виникнення, управління замовленнями, облік результатів господарської діяльності, управління грошовими коштами. Логістика - об'єднує планування, управління виробництвом і закупівлями, матеріально-технічне постачання, управління запасами, збут, продаж, відвантаження. кадровий облік, розрахунок заробітної плати.	псування даних. 2)SAP - ідеальна система для планування виробництва, вона дозволяє врахувати безліч нюансів технологічних процесів також дозволяє вести розрахунки максимально деталізовані.	2) Не пристосована до деяких проявів вітчизняного бізнес-середовища (несплати платежів). 3) Високочартісні сервіс-послуги [5].
«Галактика»	Дозволяє повністю автоматизувати ведення бухгалтерського і оперативного обліку на підприємствах, що працюють як в торгівлі, так і в бюджетній сфері. Автоматизація бухгалтерського обліку включає ведення касових і фінансово-розрахункових операцій, облік матеріальних ресурсів, основних засобів та нематеріальних активів, облік праці та заробітної плати, визначення фінансового результату. Оперативний облік забезпечує управління закупівлями і продажами матеріальних цінностей, ведення складського обліку.	Інтерфейс користувача побудований таким чином, що забезпечується максимальна відповідність між паперовими та електронними документами, зберігається звичний порядок роботи фахівця. Введені в систему документи утворюють єдиний інформаційний простір і доступний у всіх модулях.	1) Не має механізму визначення та контролю процедур виконання конкретних операцій або групи операцій; 2) Не має функцій, необхідних для забезпечення діяльності великих корпорацій (Централізоване постачання, розподіл функцій між організаціями, передача повноважень від однієї організації до іншої, взаєморозрахунки всередині корпорації і т.д.) – система, практично, не є інтегрованою. Більшість модулів практично не пов'язані між собою, а їх зв'язок з фінансами дуже умовний, тому документи у фінансовому модулі вводяться вручну на підставі первинних документів, що призводить до розбіжності в матеріальному і фінансовому обліку [3].
«DeloPro»	Система призначена для керування продажами, закупками і виробництвом, фінансами, маркетингом, проектами, запасами, автотранспортом і доставкою вантажів, персоналом та взаємовідносинами з контрагентами, бізнес-процесами і документообігом. Система містить електронну пошту і органайзер, корпоративний інформаційний портал, а також засоби BI - програмовані дашборди, карти показників, багатовимірні звіти. З її	1)Платформна незалежність 2) Високий рівень безпеки даних. У 3-х рівневої архітектурі клієнт-сервер користувач не має доступу до паролів SQL-сервера. При роботі через мережу Інтернет використовується SSL-протокол (128-бітове шифрування трафіку). 3) Простота масштабування. Програма інстальється тільки на сервері. Обчислювальні потужності, при необхідності,	Персональний доступ користувачів до функцій системи, що може викликати помилки та несумісності в роботі програми в разі зміни окремих функцій без погодження.

Продовження таблиці 1

1	2	3	4
«DeloPro»	допомогою можна вести товарознавчий облік і ціноутворення, податковий і управлінський облік, бюджетування і фінансовий аналіз.	нарошуються в одному місці. Додавання нових користувачів Системи і членів корпорації, від імені яких ведеться облік, не вимагає додаткових витрат у вигляді ліцензійних платежів і вкладень з IT-інфраструктуру [5].	

Згідно із проведеним аналізом, найкращим програмним засобом за критеріальним підходом для українських підприємств є ПЗ, що має максимальне значення корисності (U_1) – «1С:Предприятие».

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Уляницький З.В. Проблеми управління інтелектуальним капіталом та способи їх вирішення / З.В. Уляницький // Національний університет “Львівська політехніка”. – 2013. – С. 108-117. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/23267/1/17-108-117.pdf>.
2. Понедільчук Т.В. Інтелектуальний капітал: сутність та методи оцінки / Т.В. Понедільчук // Ефективна економіка. – 2014. - №6. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3288>
3. Азарова А.О. Автоматизовані засоби покращення управління організаційним капіталом / А.О. Азарова, Т.В. Остапчук, О.О. Мороз // Вісник ХНУ. – 2015. - №4. - Т. 1. – С. 85-88.
4. Азарова А.О. Математична та структурна моделі оцінювання рівня інтелектуального капіталу на підприємстві / А.О. Азарова, С.Ю. Антонюк // Наука й економіка. – 2014. - №3(35). – С. 267-271.
5. Разработка бизнес процесса в информационной системе управления / Режим доступу : <http://works.doklad.ru/view/1Evu5yjl4v8/3.html>

Федорова Ірина Володимирівна — студентка групи МОп-16мн, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: fedorova-ira94@mail.ua.

Науковий керівник: **Азарова Анжеліка Олексіївна** – к.т.н., професор, заступник декана факультету менеджменту та інформаційної безпеки Вінницького національного технічного університету, Вінниця.

Fedorova Iryna V. — Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail : fedorova-ira94@mail.ua.

Supervisor: **Azarova Angelika O.** – PhD, professor, Deputy dean of the Faculty of Management and Information Security of Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ У СФЕРІ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація.

Здійснено аналіз бюджетного фінансування видатків на соціальну сферу та соціальний захист населення в розрізі зведеного, державного та місцевих бюджетів. Проаналізовано темпи зростання окремих видів видатків зведеного, державного та місцевих бюджетів.

Ключові слова: соціальне забезпечення, бюджет, видатки, прожитковий мінімум, фінансовий механізм.

Summary

The analysis of budget funding allocations for social services and social protection in the context of consolidated, state and local budgets. Analyzed the growth rates of certain types of consolidated, state and local budgets

Key words: social security, the budget, expenses, cost of living, financial mechanism.

Вступ

На сучасному етапі економічного розвитку України особливого значення набуває формування і впровадження ефективної системи соціального захисту, яка буде спроможна усунути ризики соціального характеру у суспільстві.

Метою дослідження є аналіз діючої практики фінансування соціальних гарантій та з'ясування дієвих механізмів державного управління фінансовими ресурсами у сфері соціального захисту населення.

Основна частина

Головним джерелом фінансування витрат на соціальний захист населення виступає Державний бюджет. Бюджет, як внутрішній засіб управління уряду, забезпечує вибір оптимального способу витрачання коштів. За Бюджетним кодексом України до видатків, що здійснюються з нього, належать видатки на соціальний захист та соціальне забезпечення. [1].

Бюджетний механізм управління у сфері соціального захисту населення являє собою сукупність методів, засобів, важелів та інструментів впливу на виконання програм соціального захисту за допомогою коштів бюджету. [5].

Загальний обсяг і рівень гарантій соціального характеру є показником цивілізованості держави. Будь яка країна спроможна будувати свою соціальну політику та впроваджувати її на практиці відповідно до розроблених критеріїв та нормативів, які впливають на частку соціальних виплат у структурі бюджетів.

За останні три роки (2014-2016 рр.) стала помітною тенденція до зниження темпів зростання видатків зведеного, державного та місцевого бюджетів порівняно з 2010-2014 рр. Значно скоротилися темпи зростання видатків місцевих бюджетів, з яких фінансується більша частина соціально-культурної сфери. Темпи зростання видатків державного бюджету також уповільнилися.

Частка видатків на соціальну сферу та соціальний захист населення у структурі всіх видатків Зведеного бюджету України скоротилася із 109,3 у 2014 р. до 103,8 у 2016 році [2, с. 5-10].

Прожитковий мінімум є базовим державним соціальним стандартом та державною соціальною гарантією забезпечення мінімальних потреб людини, на основі якого визначаються розміри більшості показників соціального блоку бюджету та розробляються державні соціальні програми. Склад споживчого кошика в Україні був затверджений ще в 1992 р. і відтоді практично не переглядався.

Аналіз вітчизняної практики свідчить, що мінімальна заробітна плата не виконує роль соціального стандарту оплати праці, а є технічним нормативом для розрахунку заробітної плати у

бюджетній сфері відповідно до можливостей видаткової частини бюджету. Іншою державною соціальною гарантією є мінімальна пенсія за віком. За даними Державного комітету статистики України, кожний сьомий пенсіонер отримує пенсію у розмірі прожиткового мінімуму або нижче.

Поряд із поняттям «прожитковий мінімум», який, згідно із законодавством, призначений для надання всіх видів соціальної допомоги, зберігається також поняття «рівень забезпечення прожиткового мінімуму», що використовується для розрахунку виплат допомоги малозабезпеченим сім'ям. Рівень забезпечення прожиткового мінімуму є традиційно нижчим за сам прожитковий мінімум.

Аналіз механізму використання прожиткового мінімуму як базового соціального стандарту дозволяє зробити такі висновки:

- застарілою залишається система розрахунку прожиткового мінімуму;
- при встановленні розміру прожиткового мінімуму в країні не враховуються регіональні відмінності цін на товари;
- на сьогоднішній день прожитковий мінімум використовується лише для встановлення розміру державної соціальної допомоги малозабезпеченим сім'ям, особам, які не мають права на пенсію, та інвалідам;
- водночас прожитковий мінімум став засобом порушення та обмеження соціальних прав, адже натомість здійснювати оптимізацію бюджетних коштів на пільги та інші витрати за допомогою прожиткового мінімуму, держава мінімізує зобов'язання перед пільговими категоріями.

Слід зазначити, що в Україні переважна більшість соціальних виплат прив'язана до розміру прожиткового мінімуму, тоді як у країнах-членах Європейського Союзу вони виплачуються з урахуванням попереднього заробітку стандартного отримувача, яким є чоловік з дружиною та двома дітьми [3, с. 186].

Однією з основних складових бюджетного забезпечення соціальних гарантій населення виступає фінансове планування та прогнозування.

Фінансове планування належить розглядати як складову управління. В умовах браку бюджетних коштів українським необхідним є застосування у бюджетній практиці програмно-цільового методу як одного з фінансових методів управління та інструментів ефективного використання бюджетних ресурсів. Цей метод являє собою інструмент планування бюджету на середньострокову перспективу [5, с. 21-22].

Прогнозувати майбутні соціальні видатки та джерела фінансування існуючої системи соціального захисту, оцінювати їх вплив на зведений бюджет дозволяє модель соціального бюджету як один із інструментів бюджетного планування, побудованих за програмно-цільовим методом [5].

Другим блоком фінансового механізму забезпечення в країні соціальних гарантій, його підсистемою є бюджетне регулювання, яке виявляється в можливостях встановлення певних пропорцій розподілу соціальних гарантій.

Співвідношення працездатного населення, внески якого беруть участь у формуванні бюджету Пенсійного фонду, та одержувачів виплат за рахунок його коштів становить менш ніж 1,5:1.

На всіх стадіях бюджетного процесу, особливо на стадії його виконання, важливим є застосування механізмів внутрішнього фінансового контролю та аудиту. Державний фінансовий контроль забезпечує раціональне використання фінансових і матеріальних ресурсів. Певну роль при цьому відіграє і бухгалтерський облік, зокрема, бюджетний, як система, що забезпечує інформаційну базу та є підґрунтям прийняття управлінських рішень для покращення якості реалізації державою своїх основних соціальних функцій [5].

Реформування фінансової системи в частині Податкового кодексу України містить також соціальну складову. Важливим проявом дотримання принципів соціальної справедливості в Податковому кодексі є встановлення податків та зборів відповідно до платоспроможності платника податків.

В умовах обмеженості фінансових ресурсів доцільно зосередити фінансовий механізм державного управління соціальним захистом населення на застосуванні наступних методів:

- поєднання бюджетного регулювання та бюджетного забезпечення, як методів впливу бюджету на забезпечення соціальних гарантій;

- продовження застосування програмно-цільового методу формування бюджету як чинника вдосконалення механізму продуктивного управління фінансовими ресурсами, які спрямовуються на соціальну сферу;
- введення системи державних соціальних стандартів для вирахування розмірів видаткової частини Державного та місцевих бюджетів;
- застосування "механізму множинності податків", проведення розмежування фінансово-податкових відносин між різними ланками бюджетної системи;
- проектування доцільних моделей соціального бюджету, які зможуть забезпечити системний підхід до прогнозу видатків на соціальну сферу та їхнє фінансування, виходячи з вартості соціальних послуг;
- здійснення удосконалення розподілу міжбюджетних трансфертів на соціальне забезпечення шляхом внесення змін до методики формульного розрахунку;
- перехід від розрізненого визначення обсягів фінансування соціальної сфери за окремими напрямами до формування їх у соціальному блоці;
- формування проектів соціальних бюджетів на регіональному рівні враховуючи міжрегіональний характер зв'язків і забезпечення при цьому їх прозорості та відкритості;
- здійснення актуарних розрахунків за всіма видами соціального захисту;
- складання системи соціального партнерства між органами влади та недержавними структурами, приватним та неприбутковим секторами на ринку постачальників соціальних послуг, що дозволить зменшити витрати бюджету на надання соціальних послуг;
- укріплення фінансової бази органів місцевого самоврядування шляхом перегляду структури та порядку стягнення місцевих податків і зборів.

Висновки. Бюджетний механізм у сфері соціального захисту населення забезпечує розроблення, впровадження та регулювання програм та заходів для ефективного функціонування соціальної сфери та забезпечення соціального захисту населення використовуючи бюджетні кошти. Перспективою подальших досліджень у даному напрямку може бути розробка досконалих та ефективних фінансових механізмів управління соціальним захистом на регіональному рівні, які б враховували, з одного боку фінансові можливості регіону, а з іншого – задовольняли державні соціальні гарантії, дозволяли уникнути соціальної напруги.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бюджетний кодекс України : Закон України від 08.07.2010 р. № 2456-VI, ост. ред. від 01.01.2011 р. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/mam.cgi?nreg=2456-17>
2. Логвинюк М.П. Аналіз фінансового механізму у сфері соціального захисту та шляхи його вдосконалення в Україні / Логвинюк М.П., Маршук Л.М. // Наукова організація «Перспектива» збірник наукових праць з актуальних проблем Економічних наук – 2015. – С. 191.
3. Кривцова М. С. Шляхи підвищення державних соціальних стандартів у політиці доходів населення / М. С. Кривцова // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – Вип. 4. – С. 252-259.
4. Кокіна В. Мета пенсійної реформи - забезпечена старість українців / В. Кокіна // Уряд. кур'єр. - 2011. – 15 березня. – С. 4.
5. Момотюк Л. Є. Бюджетний механізм забезпечення соціальних гарантій населення України / Л. Є. Момотюк // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 10. – С. 172-181.

Логвинюк Максим Петрович - студент групи МОп-16мн, факультету менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницького національного технічного університету, max-lohviniuk2012@yandex.ua.

Науковий керівник: **Азарова Анжеліка Олексіївна** – к.т.н., професор, заступник декана факультету менеджменту та інформаційної безпеки Вінницького національного технічного університету, Вінниця.

Logvinyuk Maxim Petrovic - student of the faculty of management and information security, Vinnytsia national technical University, max-lohviniuk2012@yandex.ua.

Supervisor: **Azarova O. Angelika** – PhD, professor, Deputy dean of the Faculty of Management and Information Security of Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ERP-СИСТЕМИ В МЕНЕДЖМЕНТІ ТА ЇХ ОСОБЛИВОСТІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуті два типи ERP-систем в менеджменті їх характеристика та особливості. Показані інформаційні технологічні платформи, які покладені в основу роботи сучасних ERP-систем.

Ключові слова: ERP-системи, нові інформаційні технологічні платформи, менеджмент.

Abstract

Two types of ERP- of the systems are considered in a management their description and features. Показані informative technological platforms, what works of modern ERP- of the systems fixed in basis.

Keywords: ERP- of the system, new informative technological platforms, management.

Вступ

Під терміном ERP (Enterprise Resource Planning) розуміють спеціалізоване програмне забезпечення, яке виконує функції автоматизації певних напрямів діяльності підприємства. Відповідно, під ERP-системами розуміють інформаційні системи, які використовують програмне забезпечення ERP.

В основу ERP-систем з розширеними функціональними можливостями покладене використання добре перевірених внутрішніх модулів корпоративних систем (бек-офісів), які розроблялись для використання на виробничих підприємствах.

Діючі сьогодні ERP-системи можна умовно розподілити на два типи:

1. ERP-системи, спеціально призначені для автоматизації певного виду діяльності підприємства
2. ERP-системи для послуг.

Останні представляють собою комплекс транзакційних (операційних) компонентів та проектно-орієнтованих засобів.

В основу роботи сучасних ERP-систем покладено використання нових інформаційних технологічних платформ:

- SOA (Service Oriented Architecture) - використовується для стандартизації взаємодії і сумісної роботи різних прикладних програм. Серед практичних прикладів SOA можна зазначити впровадження Web-сервісів у роботу ERP-систем. При цьому Web-додатки взаємодіють між собою згідно зі стандартними протоколами, які можуть включати протоколи XML, HTTP, UDDI, SOA. Однією з основних переваг SOA є можливість швидко і з мінімальними витратами реагувати на зміни у компанії, рекомбінуючи сервіси відповідно до нової конфігурації бізнес-процесів, а не розробляючи систему повторно від самого початку.
- SaaS (Software as a Service) - надає сервіси повного віддаленого управління ERP-системою. Наприклад: для організацій, які не мають самостійного досвіду управління системою. Компанії, які використовують SaaS можуть швидко розгорнути або змінити програмні додатки, використовуючи Internet як корпоративну платформу для ефективного управління бізнесом. SaaS надає широкі можливості з впровадження ERP навіть для невеликих компаній (із загальною кількістю комп'ютерів не більшою 10).

ERP-системи значно спрощують роботу підприємства з автоматизації діловодства та управління діяльністю - як виробничою, так і соціально- комунікативною. Подібні системи добре справляються з великим колом задач, але їх спільним недоліком є "точковість". Вона полягає в тому, що розробники використовують тільки інструментальні засоби, які їм більше подобаються, а також використовують СУБД різних типів, при цьому, у більшості випадків не забезпечується сумісність та інтеграція з рішеннями інших виробників.

Приклади розроблених ERP-систем для послуг (ERP for Services):

Внутрішні модулі (Back Offices):

- Кадри (Hewman Resources);
- Закупки (Procurement);
- Бухгалтерія і фінанси (Financials);
- Клієнти (Customer Relationship Management);
- Аналітика (Business Intelligence);
- Управління знаннями (Knowledge Management);

Зовнішні модулі (Service Industries components):

- Охорона здоров'я (Health Care);
- Дистрибуція (Distribution);
- Держструктури (Government);
- Освіта (Higher Education);
- Готелі (Hospitality);
- Безприбуткові організації (Nonprofit Organizations);
- Професійні сервіси (Professional services).

У свою чергу ERP-системи для послуг можуть поділятися на:

- проектно-орієнтовані та
- операційно-орієнтовані.

Проектно-орієнтовані ERP-системи підпадають під категорію засобів автоматизації професійних сервісів і включають типові бізнес-компоненти - засоби тайм-менеджменту, планування ресурсів, управління проектами та портфелями проектів, звіти про витрати.

У багатьох випадках від ERP-системи для сервісних організацій очікують наявності засобів управління операційною діяльністю. Так, всі вертикальні галузі - охорона здоров'я, вища освіта, державні управлінські структури, фінансові корпорації, готельне господарство, некомерційні організації - потребують розвинутих транзакційних та операційних можливостей використовуваних систем. У деяких випадках практика потребує проектно-орієнтованої функціональності. У суспільному секторі функціональність пов'язана з управлінням власністю, активами, житловим фондом та його обслуговуванням, відносинам з клієнтами.

В галузі послуг використовуються засоби управління людським капіталом - кадрами (Human Capital Management, HCM) та закупівлями.

Серед головних проблем впровадження ERP у практику діяльності підприємств є несумісність комплексних систем та спеціалізованих рішень, складність впровадження у діяльність підприємств малого і середнього бізнесу.

За прогнозами аналітиків подальше впровадження ERP-систем полягатиме у тому, що найбільші європейські підприємства найімовірніше будуть орієнтуватися на системи SAP та Microsoft. Менші за розміром компанії - на ERP-системи SYSPRO, для рішень на основі операційних систем Linux - на ERP-системи ABAS або інш.

У галузі інформаційних технологій Україна знаходиться на порозі масових впроваджень ERP-систем, оскільки це є важливим фактором для автоматизації процесів діяльності з метою підвищення їх ефективності [1].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Томашевський О. М., Цегелик Г. Г., Вітер М. Б., Дудук В. / Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів. Навч. посіб. К.: «Видавництво «Центр учбової літератури», 2012. - 296 с.

Поплавський Анатолій Вацлавович — канд. техн. наук, доцент кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет.

Poplavskiy Anatoliy V. — Cand. Sc. (Eng), Assistant Professor of management and safety of the informative systems, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

МЕТОДИ ЗАМІЩЕННЯ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ТОЧНОСТІ ВИМІРЮВАНІ В СИСТЕМАХ ДІАГНОСТИКИ СКЛАДНИХ ОБ'ЄКТІВ

Анотація: Розроблено методи заміщення для підвищення точності вимірювань у системах діагностики параметрів елементарних компонент складних об'єктів.

Ключові слова: об'єкт діагностики, параметри елементарних компонент, пристрій врівноваження, вимірювальний перетворювач.

Аннотация: Разработаны методы замещения для повышения точности измерений в системах диагностирования параметров элементарных компонент сложных объектов.

Ключевые слова: об'єкт діагностовани, параметри елементарних компонент, устройство уравнивания, измерительный преобразователь.
Abstract: Generalized replacement methods to improve the accuracy of measurements in systems for diagnosing the parameters of elementary components of complex objects.

Key words: Parameters of elementary components, equilibration device, measuring transducer.

На сучасному етапі розвитку діагностики складних об'єктів (як медичних так і технічних) усе більшої популярності набувають методи інваріантних вимірювань параметрів їх елементарних компонентів. Вони засновані на штучному розчленуванні замкнених електричних кіл [1-5]. При цьому, штучне розчленування полягає, на першому етапі, у реконфігурації складних об'єктів, за допомогою деякого комутатора, у коло типу трикутник, в якому одна з його гілок є досліджуваним компонентом $\dot{Y}_x$, що шунтується компонентами $\dot{Y}_s$ і $\dot{Y}_h$, які утворюються під час декомпозиції об'єктів діагностування (ОД) шляхом об'єднання з несповученими полюсами досліджуваного компонента в один вузол.

На другому етапі здійснюється саме вимірювання параметрів досліджуваного компонента $\dot{Y}_x$ за допомогою порівняння з параметрами деякого зразкового елемента Y_o деяким пристроєм врівноваження (ПВ). На рис. 1 наведена узагальнена структурна схема вимірювального перетворювача (ВП) параметрів досліджуваного компонента $\dot{Y}_x$, де $G_{ПК}$ - досліджуване коло пасивних компонентів.

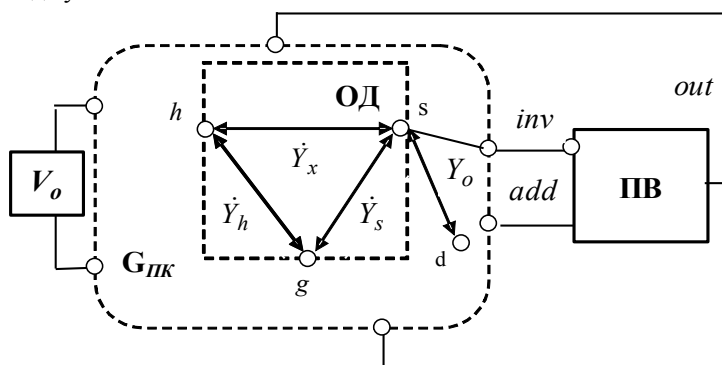


Рис. 1 Узагальнена структурна схема вимірювального перетворювача (ВП)

У роботах [1-5] розроблено комплекс конкретних базових структурних схем узагальненої структури ВП реалізації, стан рівноваги яких описується матричним рівнянням:

$$\dot{U} = V_o \dot{W}_o (I + \dot{y}),$$

де V_o - сигнал тестового впливу;

$\dot{U}$ - діагональна матриця шуканих параметрів досліджуваних компонент $\dot{Y}_x$;

$\dot{W}_o$ - діагональна матриця, в ідеальному випадку, співвідношень параметрів кола пасивних компонентів $G_{ПК}$;

$(I + \dot{y})$ - вектор-стовпець, що визначає мультиплікативну похибку вимірювань.

При цьому $\dot{y}$ можна визначити за виразом:

$$\dot{y} = -[1 + \alpha \dot{\beta}]^{-1},$$

де α - крутизна перетворень ПВ.

$\dot{\beta}$ - нормалізуючі множники (коефіцієнти зворотного зв'язку) ПВ.

У свою чергу, нормалізуючі множники визначаються співвідношеннями параметрів досліджуваного кола пасивних компонентів $G_{ПК}$:

$$\dot{\beta} = \dot{Y}_{\div \tilde{e} \tilde{n}} / (\dot{Y}_x + \dot{Y}_s + Y_o),$$

де $\dot{Y}_{\div \epsilon \tilde{n}}$ - визначається параметрами чисельника нормалізуючого множника відповідної базової структурної схеми вимірювального перетворювача.

Мета

Метою роботи є підвищення точності вимірювань методами заміщення за рахунок усунення мультиплікативної складової похибок.

Розв'язання задачі

Для розв'язання задачі пропонується у вимірювальний переиворювач ввести додатковий зразковий елемент Y_o , як це показано на рис.2.

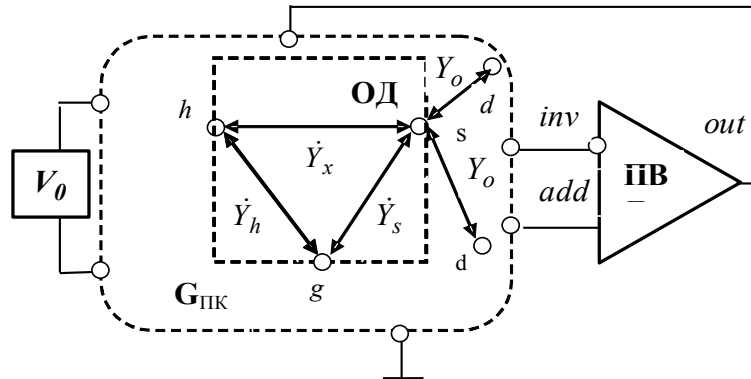


Рис. 2 Узагальнена структурна схема удосконаленого вимірювального перетворювача

При цьому процес вимірювання здійснюється у два етапи. На першому з них вимірюються параметри досліджуваного компонента $\dot{Y}_x$, підключаючи додатковий зразковий елемент Y_o до вузла g, а на другому, вимірюються параметри додаткового зразкового елемента Y_o , підключаючи досліджуваний компонент $\dot{Y}_x$ також до вузла g. Таким чином ми забезпечуємо в обох вимірювальних перетвореннях однакове шунтування входів пристрою врівноваження ПВ.

При цьому, забезпечується однакове значення мультиплікативної складової похибки $\dot{\mathcal{Y}}$, а значення нормалізуючого множника буде визначатися виразом:

$$\dot{\beta} = \dot{Y}_{\div \epsilon \tilde{n}} / (\dot{Y}_x + \dot{Y}_s + 2Y_o).$$

Очевидно, що якщо розділити результати обох цих перетворень:

$$\dot{U} = W_x / W_o,$$

то кінцевий результат буде усунений від мультиплікативної похибки вимірювань.

Перелік використаних джерел

1. Роїк О.М. Контроль і діагностика радіоелектронної апаратури на етапах її виробництва. Монографія. – Вінниця: УНІВЕРСУМ - Вінниця, 2000. – 170 с.
2. Роїк О.М., Арсенюк І.Р., Месюра В.І. Перетворення параметрів елементів замкнених кіл. Монографія. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2004. - 110 с.
3. Роїк О.М., Арсенюк І.Р. Діагностування аналогових пристроїв радіоелектронної апаратури. Монографія. – Вінниця: УНІВЕРСУМ – Вінниця, 2005. – 250 с.
4. Роїк О.М. Інваріантні перетворення параметрів елементів складних об'єктів. Монографія. – Вінниця: УНІВЕРСУМ - Вінниця, 2001. – 152 с.
5. Роїк О.М., Яремко С.А. Методи і засоби моделювання телемедичних систем функціонального стану людини. Монографія. – Вінниця: УНІВЕРСУМ –Вінниця : ВНТУ, 2012. – 144 с.

ІНФОРМАЦІЙНІ ЗАСОБИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація.

Проаналізовано переваги та недоліки вітчизняних та закордонних систем управління персоналом на вітчизняних підприємствах. Обґрунтовано пропозиції та рекомендації щодо вдосконалення процесу управління на основі сучасних інформаційних систем.

Ключові слова: інформаційні засоби, ефективність, управління персоналом.

Abstract. The work analyses the advantages and disadvantages of domestic and foreign personnel management systems at domestic enterprises. The proposition and recommendations of improvement of management process on the basis of modern information systems are proposed.

Keywords: information tools, efficiency, personnel management.

Вступ

У зв'язку з безперервним розвитком науки та інформаційних систем спостерігається активне їх проникнення в різні сфери. На сучасному етапі не має жодного підприємства, діяльність якого не була б комп'ютеризованою. ПК є невід'ємною частиною управлінського процесу.

Інформатизація у сфері управління трудовими ресурсами та економічними процесами на підприємстві є необхідною і значно зменшує ризики економічних помилок та фінансових затрат. У зв'язку з цим, підприємство отримує додаткові прибутки, що водночас мотивує трудовий персонал до ще більш ефективної праці, адже він є одним із основних ресурсів будь-якого підприємства. Тому, від того, наскільки правильно та грамотно налаштована система управління персоналом, багато в чому залежить ефективність роботи самого підприємства.

Впровадження інформаційних систем управління економічними процесами, пов'язаними з персоналом підприємства, забезпечує швидкий та безперервний документообіг та рух фінансів, що дозволяє працівникам вивільнити додаткову кількість робочого часу, за рахунок зменшення часу, що використовується для аналізу документації і створення та розробки нових стратегій управління працівниками. Це дозволяє отримувати більш точну та повну інформацію про процеси на підприємстві та здійснювати процес планування ще більш точно й уникати можливих помилок в управлінні як підприємством в цілому, так і окремими його структурними елементами.

Питаннями ефективного управління трудовими ресурсами займаються такі вітчизняні та зарубіжні науковці як А. Кібанов, І. Герчікова, А. Карпов, Г. Куліков, М. Винокуров, Р. Гутгарц, А. Пархомов, І. Слюсаренко, Л. Лозовський та ін.

Розвиток сучасної науки і комп'ютерних технологій становить перед науковцями та дослідниками ряд нових завдань, а саме: оптимізацію процесу набору кадрів та скорочення часу обробки відповідних даних, зменшення витрат на оплату праці, збереження психологічного здоров'я та підвищення мотивації персоналу. Вирішення цих та інших проблем потребує нових науково-технічних розробок та досліджень на основі попереднього досвіду.

Отже, дослідження в напрямку підвищення ефективності управління персоналом на вітчизняних підприємствах за допомогою інформаційних систем є надзвичайно важливим та актуальним за умов кризи в суспільстві та економіці України.

Метою роботи є удосконалення системи управління кадрами за допомогою інформаційних систем.

Для досягнення вищезазначеної мети було поставлено та вирішено низку таких задач:

- 1) досліджено сутність та значення управління персоналом на вітчизняних підприємствах;
- 2) проаналізовано існуючі програмні засоби для покращення ефективності управління персоналом на вітчизняних підприємствах;
- 3) вивчено недоліки та переваги вітчизняного досвіду управління персоналом на основі сучасних інформаційних засобів;
- 4) проаналізовано закордонні аналоги для вирішення проблем управління персоналом на вітчизняних підприємствах;
- 5) розроблено рекомендації та пропозиції щодо підвищення ефективності управління персоналом на вітчизняних підприємствах.

Результати дослідження

Управління персоналом належить до одного з найважливіших напрямів розвитку та реалізації трудового менеджменту та управління кадрами на підприємствах. Складність вирішення будь-яких проблем, що стосуються управління персоналом залежить, насамперед, від недосконалості інституту управління персоналом, а також від низького рівня мотивації працівників. Цей рівень зумовлений негативними процесами, що відбуваються в соціально-економічній та інших сферах економіки: науково-технічне відставання України від провідних країн Європи та світу, несприятливий демографічний стан населення, відсутність відповідальності підприємств та держави перед працівниками. Для запобігання впливу цих процесів, підвищення мотивації працівників та поліпшення ефективності праці потрібно провести низку перетворень, що спрямовані на покращення якості та рівня життя населення.

Поряд з персоналом не менш важливу роль у забезпеченні ефективного управління підприємством відіграє інформація. Сучасні обсяги потоків інформації, наявних на підприємстві, вимагають використання інформаційних систем для підвищення ефективності управління персоналом. Використання цих систем дає змогу зменшити обсяги ручної праці та роботи з традиційною формою документів, скоротити час, необхідний для отримання інформації, обробки та прийняття доцільних економічних та управлінських рішень, а також оптимізувати взаємодію між структурними ланками підприємства.

Аналіз світового досвіду показує, що економічне зростання розвинених країн та їх окремих регіонів вже давно базується на використанні сфери знань і високих технологій [1].

Інформаційне забезпечення системи управління персоналом представляє собою сукупність єдиної системи класифікації та координації техніко-економічної інформації, систем документації та інформаційних потоків, які використовуються в системі управління персоналом [2]. Тому кожен підприємець розуміє, що використання найкращих, найбільш технічно досконалих програмних засобів забезпечує його підприємству найбільш вигідні позиції на вітчизняних та міжнародних ринках. Також їх використання дозволяє безперервно отримувати комплексну інформацію про стан підприємства в потрібний підприємцю час та в необхідних обсягах. Це дозволяє максимізувати прибуток.

З іншого боку, управління персоналом без використання програмних засобів є дуже трудомістким, а отже вимагає більших фінансових та часових затрат. Тому використання інформаційних технологій є також одним із методів мінімізації витрат.

Підвищення ефективності управління персоналом на вітчизняних підприємствах за допомогою інформаційних систем зумовлює необхідність таких програмних засобів, які б змогли автоматизувати управлінську роботу усіх елементів виробництва на підприємстві. Для цього в організаціях використовують такі ІТ: системи довідково-нормативної інформації, документообігу, CRM, BI, ERP – всі вони дають можливість менеджерам, службовцям, робітникам виконувати свою роботу з меншими витратами часу [3]. Із використанням таких технологій стають можливими операції, що не можуть бути виконані під час звичайної «паперової» роботи.

Використання інформаційних технологій в управлінні персоналом найбільш доцільно використовувати, коли підприємство має велику чисельність працівників та багато компаній, з яким воно співпрацює. Саме тоді ефект від автоматизації всіх процесів управління персоналом буде найбільш відчутним: в базах даних підприємства зберігаються усі дані про робітників, компанії-партнери, звіти, бухгалтерські звітності. Проте, недоліком є те, що впровадження інформаційних систем на великих підприємствах, з урахуванням складності системи, займає набагато більше часу і матеріальних витрат.

Розглянемо програми, які пропонують нам ІТ-фірми пострадянського простору [5-6]:

- «PersonPro 2.0» та «PersonPro 2.0 SQL»;
- Інформаційно-пошукова система «Персонал» компанії Протока;
- Додаток «Відділ кадрів» пакету X - DOOR 5 від компанії Soft – Taxі;
- 1С:Зарплата і кадри 7.7: конфігурація «Зарплата+кадри для України»;
- 1С:Зарплата і управління персоналом 8.

Програма PersonPro 2.0 може з успіхом застосовуватися як працівником невеликої фірми, так і для автоматизації кадрових служб великих підприємств. Її можливості можна ефективно використовувати в кадрових агентствах для обліку кандидатів і підбору їх відповідно до вимог клієнтів. Потужна структура довідників дозволяє застосувати її для обліку і контролю членства в громадських організаціях, різних клубах, фондах і партіях.

Інформаційно-пошукова система «Персонал» дозволяє вирішувати практично всі завдання, необхідні для управління персоналом, а також створює єдиний інформаційний простір, де відображені всі необхідні процеси, які відбуваються в реальному часі.

Програма містить у собі декілька модулів:

- Штатний розклад – здійснює формування штатного розкладу підприємства;
- Рух персоналу – здійснює зарахування співробітників на підприємство, їх переміщення та звільнення;
- Облік робочого часу і табелювання – використовується для обліку використання робочого часу;
- Розрахунок заробітної плати – здійснює розрахунок нарахувань і утримань заробітної плати з усіх видів оплат.

Таку систему найчастіше використовують середні та великі підприємства.

Універсальна програма "Проект X-DOOR" являє собою набір типових користувальницьких завдань-додатків, розроблених за модульним принципом, що дозволяють автоматизувати весь спектр діяльності підприємства, зокрема автоматизувати роботу з персоналом.

До загальних переваг впровадження інформаційних засобів у процес управління персоналом на підприємстві можна віднести такі:

- захист від неправильно прийнятих рішень, зниження витрат в результаті виконання цих рішень;
- підвищення продуктивності праці працівників та ефективності виконання їх задач та обов'язків;
- можливість кар'єрного зростання для працівників;
- скорочення часу, необхідного для збирання та оброблення даних, які надходять до підприємства;
- зменшення напруженості та складності праці;
- більш точна та швидка обробка інформації;
- можливість зв'язку з різними структурними частинами підприємства (також якщо вони знаходяться віддалено від головної структурної одиниці);
- найбільш ефективне поєднання можливостей кадрів.

Хоча вітчизняні програмні засоби мають досить вагомі переваги, а також дозволяють мінімізувати різного роду витрати і значно знизити витрати на оплату праці, варто звернути увагу на недоліки, що можуть відігравати значну роль в ефективному управлінні підприємством.

Серед вказаних переваг даних програмних засобів можна визначити такі недоліки: у програмах "PersonPro 2.0" та "PersonPro 2.0 SQL" відсутній модуль щодо розрахунку заробітної плати, в 1С: Підприємство 7.7: конфігурація "Зарплата+кадри для України" основним недоліком є те, що підприємство не отримує систему автоматизації, яка готова до впровадження відразу, у пакеті "Відділ кадрів" X-DOOR відсутній модуль щодо планування, навчання та кар'єрного пересування персоналу [7].

До загальних недоліків впровадження інформаційних систем на підприємстві можна віднести:

- високий рівень незахищеності інформаційних систем, що може надати доступ до конфіденційної інформації третім особам;
- великий ризик розголошення персональних даних;
- необхідність спеціального персоналу, який би обслуговував наявні інформаційні системи;
- високі вимоги до працівників, які мають справу з програмними засобами;
- додаткові витрати на покращення кваліфікації працівників;
- проблеми сумісності сучасних інформаційних систем зі старими системами та програмними платформами.

З огляду на вищезазначені переваги та недоліки впровадження інформаційних систем в управлінні персоналом, можна зробити висновок, що кожен підприємець, відповідно до власної стратегії, мети та цілей, повинен для себе чітко визначити чи задовольняють можливості вітчизняного програмного забезпечення ті потреби, які є на підприємстві, і відповідно до цього обирати подальший шлях розвитку.

Порівнюючи вітчизняні програмні засоби для управління персоналом із закордонними, не можна не відзначити більшу ефективність та захищеність останніх. Виділимо найпоширеніші у світі системи управління [8-11]:

- SAP Human Resources Management System;
- Scala HR;
- Axapta HR Management;
- IRenaissance Human Resources / Payroll;
- Oracle Human Resources Analyzer.

Такі системи використовуються переважно на підприємствах, де інвесторами або компаніями-партнерами є західні компанії. Для інших же є певні обмеження у використанні, а саме:

- висока вартість впровадження закордонних інформаційних систем, що включає витрати на навчання персоналу, встановлення програмного забезпечення, оновлення апаратних засобів, на яких буде встановлено системи;
- виходячи з попереднього недоліку, можна сформулювати наступний: закордонні програмні засоби розраховані на великі підприємства з чисельністю працівників більше 1000 осіб;
- модель управління персоналом на вітчизняних та закордонних підприємствах відчутно відрізняється, тому можуть виникати певні непорозуміння та незадоволення з боку працівників;
- більшість закордонних інформаційних систем мають програми, які є «зайвими» для вітчизняних підприємств, тобто не використовуються в процесі управління.

Щоб ефективно використовувати всі надані зарубіжними програмами можливості, вітчизняним підприємцям потрібно удосконалювати систему управління персоналом, використовуючи новітні технічні засоби та технології, більше уваги приділяти професійному розвитку персоналу.

Висновки

У роботі було розглянуто та проведено аналіз вітчизняних та закордонних систем управління персоналом, їх функціональні можливості.

Програма 1С: Підприємство надає своїм клієнтам можливість автоматизації управління і обліку на підприємствах різних галузей, форм власності та видів діяльності. Таке ПЗ можна порекомендувати великим підприємствам з кількістю робітників більше 1000, однак наявність безлічі конфігурацій дає можливість використання окремих модулів на малих та середніх підприємствах. Застосування цієї програми зменшить витрати підприємства на встановлення програми та підвищення кваліфікації персоналу.

Програма PersonPro спеціалізується виключно на робочих кадрах. Керівник підприємства має доступ до будь-якої інформації стосовно персоналу: каталог співробітників, персональні дані, що знаходяться у їх особових картках, стаж їх роботи, штатний розклад. Таке ПЗ може використовуватися як малими, так і великими підприємствами для автоматизації роботи кадрових служб.

Професійна кадрова програма «Персонал» забезпечує автоматизацію кадрового діловодства та підтримку управління персоналом на підприємствах з різними формами власності і різною чисельністю працівників.

Отже, кожна з представлених програм має суттєві недоліки, такі, як висока ціна, низька захищеність систем, недосконалість а також відсутність певних функцій, разом з тим підприємець, бажаючи автоматизувати процес управління персоналом на виробництві, повинен насамперед робити вибір з огляду на функціональні можливості наявного технічного забезпечення, розмірів виробництва, наявності чи відсутності вільних коштів для інвестування в розвиток підприємства шляхом придбання відповідного ПЗ.

Тому, для великих підприємств найбільш прийнятними були б програми 1С: Підприємство з конфігурацією «Зарплата і кадри», інформаційно-пошукова система «Персонал» та «PersonPro 2.0»; для малих та середніх – окремі конфігурації 1С: Підприємство та автоматизовані системи Inteam.

Література

1. Азарова А. О. Розроблення механізму покращення інноваційної діяльності підприємства засобами системи підтримки прийняття рішень/ А. О. Азарова, О. О. Мороз, А. В. Сторожа // Вісник Хмельницького національного університету. – 2012. – № 6, т. 1. - С. 112–115.
2. Азарова А. О. Автоматизація процесу управління персоналом на підприємстві / А. О. Азарова, Ю. В. Міронова // Тези Міжнародної студентської конференції "Інформатика і комп'ютерні технології". - 2006.
3. Азарова А. О. Впровадження та використання автоматизованих систем підвищення продуктивності праці на підприємств за умов кризи/ А. О. Азарова, О. М. Роїк, І. С. Лобанкіна // Економічний простір. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2010. – № 42. - С.125–132.
4. "PersonPro 2.0" та "PersonPro 2.0 SQL" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://personpro.ami.ua>.
5. "Відділ кадрів" пакету X – DOOR [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.softtaxi.com.ua>.
6. Головань Д. В. Застосування сучасних автоматизованих систем управління персоналом на підприємстві / Д. В. Головань // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2013.
7. SAP Human Resources Management System [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sap.com>.
8. Oracle Human Resources Analyzer [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oracle.com>.
9. Renaissance Human Resources / Payroll [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rossinc.com>.
10. Scala HR [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.scala.ru>.

Лозан Богдана Олександрівна – ст. гр. МОі-146, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: lozan.bogdanamo@gmail.com

Науковий керівник: **Азарова Анжеліка Олексіївна - к. т. н., професор, заст. декана ФМІБ з наукової роботи та міжнародної співпраці** Вінницького національного технічного університету, Вінниця.

Lozan Bohdana O. – Department of Building Menegment, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : lozan.bogdanamo@gmail.com

Supervisor: Azarova Anzhelika O. – PhD, Professor, Deputy dean of Management and information security faculty by scientific work and international cooperation of Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі досліджено поняття людського капіталу, розглянуто сутність та складові даної категорії, проаналізовано методи оцінювання людського капіталу

Ключові слова: людський капітал, методичні підходи, персонал, інвестиції.

Abstract

The concept of human capital, the essence and components of this category was researched in this work and analyzed guidelines for evaluating human capital.

Keywords: human capital, methodological approaches, staff, investment.

Вступ

На сучасному етапі розвитку ринкової економіки проблема оцінювання людського капіталу набуває особливого значення, як основи для розроблення бізнес-програм подальшого розвитку підприємства, розподілу трудових ресурсів. Економічне зростання та добробут окремих підприємств позитивно впливає на рівень розвитку економіки держави, який у свою чергу визначається рівнем людського розвитку, людського капіталу та ефективністю його використання. Для ефективного використання людського капіталу слід розробити підхід до оцінювання людського капіталу як складової стратегії соціальної відповідальності підприємства.

Відаючи належне очевидним здобуткам сучасної економічної науки, слід зазначити, що актуальними залишаються питання, що пов'язані з людським капіталом, а саме: зіставлення доходів та витрат на людський капітал, оцінювання його рівня на підприємстві для прогнозування подальшої динаміки його розвитку, визначення ефективності його практичного використання.

Забезпечення умов збереження та примноження людського капіталу є сучасною стратегією розвитку економіки як на мікро- і мезорівнях, так і на макрорівні.

Результати дослідження

Проблема оцінювання людського полягає в тому, що традиційний облік розглядає тільки ресурси, які є власністю підприємства. У зв'язку з тим, що персонал як особливий вид ресурсу не може бути ні майном, ні є об'єктом власності, представники традиційного обліку не розглядають його як об'єкт обліку – актив (ресурси, контрольовані підприємством у результаті минулих подій, використання яких, як очікується, призведе до отримання економічних вигод у майбутньому) [1]. Водночас в економічній літературі через відсутність чітких і однозначних позицій у розумінні самого поняття "людський капітал" залишається проблемою неоднозначність його трактування.

Теорія людського капіталу виникла на основі попереднього розвитку економічної науки. Передусім вона пов'язана з розвитком концепції капіталу. Ще за часів зародження капіталістичних відносин у працях класиків політичної економії під час визначення змісту поняття «капітал» зустрічаються спроби віднести до нього саму людину або її здібності. В. Петті першим висловив ідею про те, що люди з їх виробничими здібностями являють собою багатство. На його погляд, «Вбачається розумним те, що ми звемо багатством, майном чи запасом країни і що є результатом попередньої чи минулої праці, не вважати чимось відмінним від живих діючих сил, а оцінювати однаково» [3].

Оскільки формування людського капіталу підприємства здійснюється на основі особистих якостей і характеристик співробітників, то основними показниками, що використовуються для дослідження людського капіталу підприємства, можуть бути такі: кваліфікаційний склад співробітників, передній рівень освіти, віковий склад персоналу, середній стаж роботи за спеціальністю, витрати на персонал. На основі цього можна узагальнити сукупність існуючих підходів до оцінювання людського капіталу підприємства. Отримані результати наведено в таблиці 1.

Таблиця 1. Методи оцінювання людського капіталу підприємства

Методи оцінювання	Сутність методу	Переваги	Недоліки
Монітор нематеріальних активів	Застосування системи стратегічних індикаторів, що відображають процес відтворення й використання людського капіталу	Дас змогу отримати інформацію, не про минулі досягнення компанії, а про те, як компанія розвивається.	Відсутніми є універсальні параметри оцінювання людського капіталу, тому керівництву необхідно самостійного визначити набір показників, які найбільш вдало характеризують діяльність.
Витратний метод	Включає в інвестиції у людський капітал витрати домогосподарств і суспільства на виховання дітей до працездатного віку й отримання певної спеціальності, на перепідготовку та підвищення кваліфікації, охорону здоров'я, міграцію та ін.	Можливість виявлення частки людського капіталу в національному багатстві.	Недоліком цього методу можна вважати те, що не можна розрахувати чисту вартість людського капіталу, оскільки не передбачено виділення частки витрат, яка йде на відтворення людського капіталу, на його реальне накопичення. Не враховує потенційний та наявний ефект, що може бути отриманий від людського капіталу.
Концепція життєвого циклу та перманентного доходу	Ґрунтується на мікроекономічних передумовах планування обсягів споживання і заощадження протягом усього життя. Тобто планується майбутній дохід, який можна отримати внаслідок інвестицій у людський капітал.	Заощадження розглядаються не тільки як відкладене споживання, але і як процес формування портфеля активів майна суб'єкта.	Складність у визначенні тимчасового або випадкового доходу.
Натуральні (тимчасові) оцінки	Передбачають вимір людського капіталу (його освітньої складової) в людино-роках навчання.	Вважається одним з найпростіших методів.	Точність методу не завжди є достатньою, оскільки неможливо повноцінно врахувати нерівнозначність року навчання на різних рівнях освіти, тобто під час отримання загальної (школа, гімназія, ліцей), середньої професійної (коледж, училище), вищої (університет, інститут) і т.п.

Висновки

Незважаючи на численні роботи, що досліджують людський капітал і різноманітність підходів до його оцінювання, на практиці під час вимірювання даного виду капіталу залишається величезна кількість невирішених проблем, оскільки деякі активи людського капіталу не піддаються безпосередньому оцінюванню. Тому доводиться використовувати досить опосередковані методи їх оцінювання. Це говорить про те, що підрахунок вартісних значень є дуже трудомістким процесом. Однак це не єдина складність у процесі оцінювання людського капіталу. Набагато більше перешкод викликають збір, оброблення і оцінювання достовірності необхідної інформації на всіх рівнях дослідження (макроекономічному, регіональному, корпоративному). Усі ці чинники засвідчують необхідність формування універсального підходу, який би був суперпозицією найбільш продуктивних серед них. Вибір таких методів уможливує аналіз виявлених в статті недоліків та переваг існуючих методів.

У своїх роботах автори статті пропонують для покращення якості оцінювання людського капіталу відповідний підхід [5], що уможливує врахування широкого спектру аналізованих різноякісних параметрів впливу, які є дієвими, на основі математичного апарату штучного інтелекту. Такий метод дозволяє автоматизовано динамічно оцінювати рівень людського капіталу природною мовою експерта з мінімальними витратами часу і фінансових ресурсів..

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Антонюк В.П. Формування та використання людського капіталу в Україні: соціально-економічна оцінка та забезпечення розвитку: монографія / НАН України. Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2007. - 348 с.
2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов/ А. Смит; [пер. С англ.; предисл. В.С. Афанасьева]. – М.: Эксмо, 2007. - 960 с.
3. Flamholtz E.G. A Model for Human resource Valuation: A Stochastic Process with Service Rewards. I Accounting Review, April, 1971. – 65 p
4. Арабян К.К. Измерение человеческого капитала – Режим доступа: http://science-bsea.narod.ru/2006/ekonom_2006/arabjan_izmerenie.htm
5. Азарова А. А. Структурная модель интеллектуального капитала / А. А. Азарова, А. Ф. Воробец // Теория экономического анализа. – 2013. – №43. – С. 34-44.

Науковий керівник: Азарова Анжеліка Олексіївна – канд. тех. наук, проф. кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет.

Домінас Альона Анатоліївна – студентка групи МОі-13б, факультету менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет.

ЗАХИСТ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ ШЛЯХОМ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВОГО ПІДПИСУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Романенко Олена Миколаївна

Анотація

У роботі проаналізовано недоліки та переваги використання цифрового підпису в процесі електронного документообігу. Розроблено рекомендації щодо підвищення ефективності використання електронного документообігу на вітчизняних підприємствах.

Ключові слова

Електронний цифровий підпис (ЕЦП), електронний документообіг (ЕД), захист інформації, інформаційні технології.

Вступ

Широке використання інформаційних технологій у всіх сферах життя суспільства робить досить актуальною проблему захисту інформації, інформаційних ресурсів, каналів передачі даних від злочинних дій зловмисників. У міру розвитку технологій електронних платежів та документообігу є велика небезпека втручання сторонніх осіб, з метою завдання шкоди підприємству, що призведе до відчутних збитків. Тому не випадково захист даних у комп'ютерних мережах стає однією із найгостріших проблем.

Метою дослідження є розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності використання електронного цифрового підпису (ЕЦП) на вітчизняних підприємствах.

Результати дослідження

На сьогодні вирішення проблеми захисту інформації різного виду на підприємствах здійснюється шляхом використання електронного цифрового

підпису (ЕЦП), який дозволяє здійснювати аутентифікацію як автора електронного документа так і самого документа[5].

Технологія ЕЦП може бути не менш ефективною, ніж звичайного підпису. Але для практичного використання виникають проблеми правового визнання електронного підпису нарівні із звичайним, що в свою чергу потребує певного регулювання процедур надання засобів цифрового підпису[4].

Засоби для ЕЦП (програмне забезпечення для шифрування та коди) надають уповноважені на це установи – центри сертифікації, які засвідчують надання засобів електронного підпису особі сертифікатом. Українське законодавство передбачає два види сертифікатів: звичайний та посилений. Звичайний може видаватися будь-якою особою (центром сертифікації), яка вирішила займатися цим видом діяльності. Для видачі посиленого сертифіката центр сертифікації повинен користуватися засобами ЕЦП, які в Законі названо «надійними засобами ЕЦП» та пройти акредитацію уповноваженим на це органом – центральним засвідчувальним центром.

Не менш серйозною прогалиною закону[1-3] є недостатня увага до питання захисту інформації про особу. Закон досить широко як для такого документу говорить про те, що в сертифікаті вказуються необхідні дані про особу.

Крім того, при систематичному співробітництві підприємства з партнерами за допомогою електронних технологій, можуть виникати й інші проблеми при розв'язанні господарських конфліктів. Все це потребує доповнення законодавства, перш за все Господарського та Цивільного кодексів і відповідних процесуальних кодексів, що поки що залишається лише перспективою.

Проблеми запровадження в Україні електронного документообігу та ЕЦП стають все більш актуальними. Вони набувають значної політичної та економічної ваги у зв'язку з розширенням використання інформаційно-комунікаційних технологій у суспільних відносинах, розбудові систем електронних платежів, електронної торгівлі тощо.

Одне з проблемних питань, що потребує вирішення, – це робота центрів сертифікації ключів, які мають надавати послуги цифрового підпису. Спеціалісти вважають, що кількість бажаючих займатися такою діяльністю, можливо, буде

досить незначною. Зокрема, тому, що фінансовий бар'єр виходу на ринок таких структур за нинішніх умов буде досить високим з огляду на специфіку їх функцій.

Висновки

Отже, центр сертифікації ключів є критичним елементом в системі застосування ЕЦП. Неналежа організація надання послуг ЕЦП, незабезпечення відповідного рівня безпеки функціонування, захисту інформації або збої у роботі зазначеного суб'єкта може створити умови, що сприятимуть масовим зловживанням при застосуванні ЕЦП, в тому числі їх підробленню, компрометації та неможливості використовувати даний механізм підписувачами, що отримують послуги ЕЦП у цих суб'єктів та особами, які перевіряють ЕЦП. Але це питання можна вирішити лише за допомогою повного впровадження електронного документообігу, для цього необхідно доопрацювати відповідну законодавчу та нормативну базу, що регламентує електронне урядування в органах державної влади та органах місцевого самоврядування, в першу чергу надання послуг в електронній формі;

- потребує вирішення питання правового надання юридично значимого статусу електронним інформаційним ресурсам, які розміщуються в інформаційно-телекомунікаційних системах органами державної влади та органами місцевого самоврядування[6];

- необхідно визначити на законодавчому рівні порядок, статус та гарантії надання послуг в електронній формі, встановити регламенти і стандарти їх надання, у тому числі тих, які потребують об'єднання зусиль кількох органів виконавчої влади;

- потребує врегулювання проблема передавання та довгострокового зберігання електронних документів у державних архівах, музеях, бібліотеках, підтримки їх в актуальному стані та забезпечення доступу до них.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Конституція України від 28.06.1996 р. № 254 к/96-ВР // Відомості Верховної Ради України від 23.07.1996 р. – 1996. – № 30. – С. 141.
2. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV // Відомості Верховної Ради України від 03.10.2003 р. – 2003. – № 40. – С. 356.
3. Закон України «Про електронні документи й електронний документообіг» від 22.05.2003 р. № 851-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 54.
4. Чирський Ю. А. Електронний цифровий підпис: правові аспекти застосування // Довідник секретаря та офіс-менеджера. – №1. – 2007. – С. 26-31
5. Азарова А. А., Ивчук Е. В., Кукуруза М. И., Электронная цифровая подпись как средство защиты информационной модели предприятия.
6. Азаров Д. С. Злочини у сфері комп'ютерної інформації (кримінально-правове дослідження): Монографія. – К.: Атака, 2007. – 304 с.

Економіко-математична модель маркетингових комунікацій на підприємстві

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі запропоновано модель оцінювання маркетингових комунікаційних процесів підприємства на основі економіко-математичного моделювання та методу експертних оцінок.

Ключові слова: маркетингові комунікації, економіко-математична модель, метод експертних оцінок, інтегровані комунікації.

Abstract

The work presents a model of evaluation of marketing communication processes on the basis of economic and mathematical models and methods of expert estimates.

Keywords: marketing communications, economic and mathematical model, method of expert assessments, integrated communication.

Актуальність дослідження пов'язана з необхідністю визначення оптимального рівня капіталовкладень у розвиток системи комунікацій, який, з одного боку, буде достатнім для ефективного управління підприємством, а з іншого – дозволить забезпечити стійкий розвиток виробництва в умовах швидкоплинного зовнішнього середовища.

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.

Метою роботи є покращення механізму маркетингових комунікацій на основі розроблення відповідної математичної моделі та застосування інтегрованих маркетингових комунікацій.

Об'єктом дослідження є процес управління маркетинговими комунікаційними процесами підприємства.

Предметом дослідження є математичні моделі та методи управління маркетинговими комунікаційними процесами на підприємствах.

Було розроблено математичну модель, що оцінює залежність ціни товару та факторів впливу на неї: собівартість та продуктивність праці. Отже, на прикладі даних ПрАТ «МКЗ «Регіна» отримано таку економіко-математичну модель:

Вывод итогов	10	Дисперсионный анализ											
	11		df	SS	MS	F	ачимость F						
	12	Регрессия	2	10,890461	5,44523068	35,48138	5,38E-05						
	13	Остаток	9	1,3812053	0,15346726								
	14	Итого	11	12,271667									
Регрессионная статистика		15											
Множественны	0,942044383	16	Коэффициент стандартной ошибки статистики - Значения ниже 95% верхние 95% нижние 95% средние 95,0%										
R-квадрат	0,887447619	17	Y-пересечение	1,10317078	0,7252443	1,52110227	0,162559	-0,53745	2,743787	-0,53745	2,743787		
Нормированны	0,862435979	18	Переменная X 1	1,55548E-07	1,227E-07	1,26789267	0,236653	-1,2E-07	4,33E-07	-1,2E-07	4,33E-07		
Стандартная оц	0,39174897	19	Переменная X 2	4,82814E-06	7,563E-07	6,38389795	0,000128	3,12E-06	6,54E-06	3,12E-06	6,54E-06		
Наблюдения	12												

Рисунок 1 – Статистична оцінка ЕММ засобами Microsoft Excel

$$\hat{y}=1,10+1,556x_1-4,83x_2,$$

де $\hat{y}$ – роздрібна ціна товару (од.);

x_1 – собівартість реалізованої продукції (од.);

x_2 – продуктивність праці (од.);

Для визначення часткових впливів факторів на зміну ціни було розраховано коефіцієнти еластичності E_j ($j=1, 2$) [1]:

$$E_1=1,55*(82673,61/68100)=1,89;$$

$$E_2=4,83*(597823,6/68100)=42,4.$$

Таким чином, збільшення витрат на збут на 1% призводить до збільшення ціни на 1,89%, а збільшення продуктивності праці на 1% – до зростання ціни на 4,24%. Останній результат показує, що на ціну продукції більше впливає продуктивність праці.

Маркетингові взаємодії, що відображають сутнісні аспекти ринкової парадигми сучасної економіки, зумовлюють рух маркетингових комунікацій у напрямі їх інтеграції. На вітчизняних найбільш поширеними є такі інструменти: реклама (1), персональний продаж (2), стимулювання збуту (3), PR (4), Event Marketing (5), корпоративний сайт (6) та інтегровані комунікації (7) (табл.1).

Сучасні науковці по-різному виділяють пріоритетність того чи іншого інструментарію маркетингових комунікацій. Її вирішення можливе на основі застосування методу колективних експертних оцінок «Дельфі» [2].

Високий рівень узгодженості думок експертів дозволяє вибрати найбільш прийнятний інструмент для маркетингових комунікацій, базуючись на розрахованих статистичних даних (табл. 1).

Таблиця 1– Статистична оцінка порівняльної важливості інструментів

№	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. оцінок	K_{100j}	0,4	0	0	0	0	0	0,8
4	Коеф.активності	K_{aej}	1	0,8	1	1	0,4	1	1
5	Середня вага показн.	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

Для ефективного функціонування підприємства необхідний взаємозв'язок економіко-математичної моделі та використання інтегрованих маркетингових комунікацій. Однак, на кожну з цих ланок впливає ряд факторів, які необхідно враховувати та дотримувати.

На основі цього було сформовано карту розуму (рис. 2).



Рисунок 2 – Організаційний механізм управління маркетинговими комунікаціями

Отже, інтеграція маркетингових комунікацій у ринкову діяльність повинна здійснюватись на основі визначених принципів, що стане запорукою значного підвищення їх конкурентоспроможності, здобуття певної ринкової сили і, отже, покращання загальноекономічних показників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. 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.

2. Міронова Ю. В. Пріоритетні напрямки вдосконалення комунікаційних процесів на вітчизняному підприємстві / Ю. В. Міронова, А. В. Кухар, Роїк О. М., Кагляк О. О. // Економічний простір : зб. наук. пр. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2016. – №108. – С. 231–243.

Кагляк Оксана Олександрівна – студентка групи МОі-16мн, факультету менеджменту інформаційної безпеки, Вінницького національного технічного університету, Вінниця, e-mail: oksana.kaglyak.95@mail.ru

Науковий керівник: **Азарова Анжеліка Олексіївна** – к. т. н., професор кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Kaglyak Oksana O. - Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: oksana.kaglyak.95@mail.ru

Supervisor: **Azarova Angelika O.** – PhD, professor of Department of Management and Information Systems Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

МЕТОДИ СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ НА ОСНОВІ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглядаються особливості здійснення логістичних витрат на молокопереробних підприємствах; визначаються методи створення конкурентних переваг на основі управління логістичними витратами в залежності від рівня ефективності цих витрат.

Ключові слова: логістичні витрати, конкуренція, конкурентні переваги, ефективність, управління, методи.

Abstract

The features of the logistics costs on dairy enterprises are considered; the methods for creating the competitive advantages on the basis of logistics costs depending on the effectiveness of these expenditures are defined.

Keywords: logistics costs, competition, competitive advantages, efficiency, management, methods.

Вступ

Сучасні умови здійснення підприємницької діяльності вітчизняними підприємствами характеризуються високими вимогами до них як зі сторони держави, так і зі сторони партнерів та споживачів. А для того, щоб відповідати цим вимогам, суб'єкти господарювання прагнуть якомога краще задовольняти потреби усіх учасників, набувати все більших конкурентних переваг, і при цьому не втрачати бажаного рівня ефективності своєї діяльності. Це вкрай важке завдання, однак успішні підприємства виявили, що для його виконання необхідно на чільне місце поставити проблему управління логістичними витратами підприємства в структурі загальних витрат. Дійсно, зростаюча динаміка загальних витрат, зниження ефективності управління логістичними витратами, зниження результативності бізнесу разом із зростанням рівня конкуренції зумовлюють практичну значимість і актуальність проблеми управління логістичними витратами підприємства з метою підвищення його конкурентоспроможності.

Питання ефективного управління логістичними витратами підприємства з метою створення конкурентних переваг досліджуються в наукових працях українських учених: Гурч Л. М. [1], Музика О. В. [2], Уотерс Д. [3], Крикавський Є. В. [4], Окландер М. А. [5], Димарчук С. М. [6], Полянська А. С. [7] та ін. Однак, глибина окресленої проблеми вимагає подальших досліджень.

Результати дослідження

Погляди вітчизняних та закордонних науковців і практиків зводяться до того, що основою ефективного управління діяльністю виробничого підприємства є раціональне здійснення витрат, забезпечення прибутковості підприємства, повне задоволення потреб споживачів та, як результат, досягнення необхідних конкурентних переваг. Більшість молокопереробних підприємств Вінниччини враховують це, реалізуючи основні концептуальні положення логістики, які знаходять своє відображення у реалізації основного правила логістики – здійснення мінімальних витрат.

Порівнюючи динаміку логістичних витрат та ефект, який підприємство отримує від понесення цих витрат, можна судити про важливість логістичних рішень для підвищення конкурентоспроможності підприємства. Автором здійснено розрахунок показників логістичних витрат молокопереробних підприємств Вінницької області і виділено чотири групи підприємств за рівнем економічної ефективності цих витрат: А, В, С, D.

Підприємства групи А, які займають основні позиції на ринку молочної продукції та підтримують високий рівень продаж, порівняно з іншими підприємствами найбільш ефективно здійснюють контроль внутрівиробничих, зовнішньоекономічних і соціальних факторів ефективності логістичних

витрат.

Підприємства груп D та C в умовах високої конкуренції не досягають такого рівня продаж і зосереджуються лише на місцевих ринках. Відповідно ці підприємства мають нижчі витрати на виробництво і реалізацію продукції, а групи B та A несуть додаткові витрати на підтримку марки товару, розширення каналів збуту.

В системі логістичних витрат важливими також є витрати на оплату праці фахівців з логістики. Підприємства груп A та B мають власних логістів, тому стабільно несуть витрати на оплату їх праці, мотивацію діяльності і підтримку належних умов праці. Ці витрати є прогнозованими і управління ними є більш ефективним порівняно з іншими групами підприємств.

Молокопереробні підприємства групи D не мають власного штату працівників з логістики і користуються послугами зовнішніх організацій. Саме в результаті використання послуг цих працівників підприємства несуть значні витрати на оплату їх праці. Порівняно з цією групою підприємств підприємства групи C задовольняються послугами власних маркетологів, які пройшли курси підвищення кваліфікації та досить добре орієнтуються у логістичній концепції. В результаті підприємства цієї групи мають економію витрат на оплату праці працівників невисокої кваліфікації.

Наступний показник логістичних витрат – це витрати матеріальних ресурсів на створення запасів у логістичній системі. Вартість матеріальних ресурсів, що знаходяться в логістичній системі підприємств груп A та B, є порівняно високою за умов підтримки високого рівня виробництва та обслуговування споживачів молочної продукції. При цьому за показником запасоємності ці підприємства досягли високої віддачі матеріальних ресурсів

Підприємства групи D також вкладають значний капітал в запаси, формуючи їх резерви, а отже, уповільнюючи їх оборотність, що не відповідає умовам ефективного управління запасами за логістичною концепцією. Окрім цього, для молокопереробних підприємств не є характерним створення запасів сировини. Найбільш типовими з цієї точки зору є підприємства групи C, які утримають найменшу величину запасів порівняно з іншими підприємствами, але це більшою мірою обумовлено невеликими обсягами виробництва порівняно з іншими групами молокопереробних підприємств та недостатньо ефективною політикою збуту готової продукції в умовах жорсткої конкуренції.

Важливими також є витрати придбання та обслуговування основних виробничих фондів, що використовуються в логістичних операціях. Підприємства, які реалізують перші кроки у впровадженні логістичної системи управління запасами (група D) та які підтримують її на високому рівні (групи C та A), несуть порівняно високі витрати на оснащення виробничими фондами. Група B, з іншої сторони, має в наявності досить продуктивне обладнання, яке потребує лише поточного ремонту. В результаті, загальні логістичні витрати цієї групи підприємств визначаються більшою мірою величиною запасів, які зростають і піднімають рівень логістичних витрат. На підприємствах групи D логістичні витрати складають четверту частину виручки від реалізації продукції і не дозволяють створювати резерви подальшого зростання виручки. На підприємствах групи A та C невисокий рівень логістичних витрат показує, що вони досягли порівняно більшої віддачі.

Враховуючи величину виручки від реалізації продукції та витрат на виробництво і реалізацію цієї продукції, найбільший прибуток від реалізації мають підприємства групи A. Інші підприємства працюють на меншу потужність і тому не отримують аналогічного ефекту, що відображається у меншій величині рентабельності продаж порівняно з підприємствами групи A [1].

Прибутковість підприємств, які відносяться до груп B, C та A, дозволяє покрити логістичні витрати та мати певний запас ефекту, який відсутній на підприємствах групи D. На них логістичні витрати перевищують величину отриманого прибутку.

Результати дослідження логістичних витрат молокопереробних підприємств Вінницької області та ефективності від їх здійснення дозволяють визначити для виділених груп підприємств сучасні методи створення конкурентних переваг на основі управління логістичними витратами:

- для групи A - метод бенчмаркінгу. Це нова технологія, яка дає змогу виділяти та порівнювати ключові індикатори різних аспектів діяльності підприємства;
- для групи B - система ЛТ «точно в строк», орієнтована на зменшення витрат мінімізацією тривалості виробничого циклу на основі використання принципу «виробництво не запускається, доки не отримано замовлення»;
- для групи C - метод поступового зниження витрат за принципом японської системи Kaizen Costing, в основу якої покладено організаційні заходи, які залучають менеджерів усіх рівнів,

інженерів, техніків і працівників до процесу неперервного пошуку поліпшень і способів підвищення ефективності безпосередньо на своїх робочих місцях;

- для групи D - метод цільових затрат Target Costing як засіб управління витратами, що застосовується для зниження будь-яких витрат, пов'язаних з товаром упродовж усього періоду його життєвого циклу, шляхом об'єднання зусиль виробничих, конструкторських, дослідних, маркетингових і економічних підрозділів компанії [2].

З цього слідує, що здійснюючи ефективне управління логістичними витратами в структурі загальних витрат за допомогою сучасних методів, підприємство зможе набути необхідних конкурентних переваг.

Висновки

Отже, в процесі дослідження було виявлено, що підприємства, які ставлять за мету мінімізувати логістичні витрати та отримувати найбільшу віддачу від них, створюють, таким чином для себе конкурентні переваги. Тому для підтримки своїх позицій таким підприємствам пропонується застосовувати метод бенчмаркінгу та систему ЛТ. Для підприємств, які мають низький рівень ефективності логістичних витрат, доцільним є зниження як загальних, так і логістичних витрат, а також створення резерву для підвищення прибутковості діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Музика О. В. Ефективність витрат у логістичній системі на молокопереробних підприємствах Вінницької області / О. В. Музика, О. Й. Лесько, О. В. Лазарчук // Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону : фінансова політика та інвестиції : зб. наук. пр. – Рівне, 2006. – Вип.12, № 4 : Сер. : Природокористування та ресурсозбереження. – С. 83-88.
2. Гурч Л. М. Управління логістичними витратами як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства / Л. М. Гурч, Г. В. Соломенко, Л. Ю. Корінна // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури : зб. наук. пр. – Київ, 2011. – № 30. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/307/296>.
3. Уотерс Д. Логистика : управление цепью поставок / Д. Уолтерс. Пер. с англ. - М. : ЮНИТИ, 2003. - 503 с.
4. Крикавський Є. Логістика. Основи теорії : Підручник. / Є. Крикавський. - Львів: «Інтелект-Захід», 2004. - 416с .
5. Окландер М. Логістичний сервіс і методика розрахунку логістичних затрат / М. Окландер // Економіка України. - 1998. - № 8.
6. Димарчук С. М. Логістична система управління та її взаємозв'язок з стратегією підприємства / С. М. Димарчук // Вісник ДУ. - Львівська політехніка, 2000. - № 390. - С. 20-22.
7. Полянська А. С. Управління витратами у системі логістичних рішень підприємства / А. С. Полянська // Вісник ДУ. - Львівська політехніка, 2008. - № 633. – С. 565-570.

Безсмертна Оксана Владиславівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: okcana0709@yandex.ru

Oksana V. Bezsmertna, Cand. Sc (Eng), Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: okcana0709@yandex.ru

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито основні принципи управління інноваційним розвитком підприємства.

Ключові слова: інновації, принцип, інноваційний розвиток.

Abstract

The basic principles of innovative development of enterprise have been considered.

Keywords: innovation, principle, innovative development.

Вступ

Інноваційний розвиток підприємств є безперервним процесом комплексної взаємодії матеріально-ресурсної, виробничо-технологічної, науково-технічної, маркетингової та інвестиційної активності, від яких залежать особливості здійснення інноваційних процесів та які впливають на ефективність розвитку підприємства. Обґрунтування основних принципів управління інноваційним розвитком підприємств сприятиме практичному використанню інтелектуального потенціалу підприємства з метою забезпечення потреб ринку у конкурентоспроможній продукції та послугах.

Результати дослідження

Формування основних засад системи управління інноваційного розвитку підприємства повинно бути першочерговим управлінським рішенням керівництва, використання якого дасть змогу сформувати й реалізовувати конкретну послідовність заходів, що спрямовані на стійкий, перспективний інноваційний розвиток [1, с. 225].

Дослідження різних аспектів інноваційного розвитку здійснили вітчизняні та зарубіжні науковці Амоша О.І., Гриньова В.М., Захарченко В.І., Забарна Е.М., Крупка М.І., Ілляшенко С.М., Волков О.І., Кузьмін О.Є., Космидайло І.В., Федулова Л.І., Філіпова С.В. та ін.

Виходячи з понятійного змісту терміну «принцип», що визначає це явище як те, що лежить в основі певної теорії, вчення, науки, світогляду, є першоосновою, а також – особливістю, покладена в основу створення або діяльності чого-небудь [2, с. 720], нами було визначено та узагальнено основні принципи управління інноваційним розвитком підприємства як сукупності класичних та специфічних принципів функціонування.

Принцип системності управління інноваційним розвитком передбачає розгляд всіх складових системи у взаємозв'язку і взаємозалежності один з одним в просторі і в часі.

Принцип динамічності забезпечує динамічне приведення у відповідність цілей і спонукальних мотивів (стимулів) діяльності підприємства (у тому числі його власників, менеджерів, фахівців, працівників) [3, с. 44].

Принцип комплексності в управлінні інноваційним розвитком підприємства передбачає використання у взаємозв'язку всіх складових елементів, факторів та умов інноваційного розвитку підприємства як єдиного комплексу в межах державного та регіонального регулювання.

Принцип адаптивності, що полягає в самопідтримці обміну ресурсами між елементами виробничо-збутової системи підприємства, а також між підприємством і зовнішнім середовищем; коригуванні системи управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства відповідно до змін умов функціонування; самовдосконаленні з метою забезпечення умов тривалого виживання підприємства відповідно до його місії і прийнятої мотивації діяльності [4].

Принцип координації передбачає узгодження та пошук найкращих способів взаємодії всіх елементів організаційно-економічного забезпечення системи управління інноваційним розвитком відповідно з метою виконання поставлених перед ними завдань.

Принцип відкритості означає спроможність системи управління залучати зовнішні джерела фінансування інноваційного розвитку і забезпечувати ефективне використання інвестиційних ресурсів.

Принцип ефективності орієнтує на вибір та реалізацію таких умов, факторів, джерел і напрямків інноваційного розвитку підприємства, які в результаті призведуть до досягнення поставленої мети підприємства, а саме отримання максимального прибутку.

Принцип орієнтації на створення конкурентних переваг підприємства реалізується шляхом формування і реалізації інноваційних програм на підприємстві. Це передбачає наявність обґрунтованих досліджень щодо стану розвитку підприємства, визначення його конкурентоспроможного потенціалу відповідно до світових стандартів.

Принцип ефективності розвитку і використання інноваційного потенціалу підприємства реалізується шляхом захисту прав та інтересів суб'єктів інноваційної діяльності, що забезпечується системою державних гарантій. Так, статтею 329 Господарського кодексу України [5] держава гарантує суб'єктам інноваційної діяльності:

- підтримку інноваційних програм і проектів, спрямованих на реалізацію економічної та соціальної політики держави;
- підтримку створення та розвитку суб'єктів інфраструктури інноваційної діяльності;
- охорону та захист прав інтелектуальної власності, захист від недобросовісної конкуренції у сфері інноваційної діяльності;
- вільний доступ до інформації про пріоритети державної економічної та соціальної політики, про інноваційні потреби та результати науково-технічної діяльності, крім випадків, передбачених законом;
- підтримку щодо підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів у сфері здійснення інноваційної діяльності.

Принцип сприяння розвитку інноваційної інфраструктури підприємства здійснюється шляхом підтримки функціонування і розвитку сучасної інноваційної інфраструктури, яка передбачає наступні складові підсистеми: виробничо-технологічну, фінансово-економічну, збутову, інформаційну, кадрову та організаційну.

Принцип саморегулювання виявляється за допомогою застосування спеціалізації функцій, що виконуються системою управління, а також уніфікації та стандартизації елементів системи управління тощо.

Доцільно до розглянутих принципів додати ще такі принципи управління інноваційним розвитком підприємства.

Принцип повноти циклу управління об'єднує всі окремі елементи системи в загальне ціле і забезпечує взаємодію цілісної системи управління з іншими елементами зовнішнього середовища.

Принцип альтернативності передбачає вибір певних напрямів з альтернативних варіантів інноваційного розвитку на основі відповідності їх критеріям оптимальності. Основним засобом реалізації пріоритетних напрямів інноваційного розвитку підприємства можна визначити концентрацію науково-технічного потенціалу підприємства для розв'язання найважливіших організаційних, виробничих, технічних і соціальних проблем.

Принцип ієрархічної організації передбачає здійснення інноваційного розвитку підприємства з врахуванням підпорядкованості нижчих ланок управління вищим та оптимального використання наявних ресурсів на підприємстві: матеріальних, трудових, виробничих.

Принцип етапності передбачає фінансування виконання інноваційних проектів, створення сприятливих фінансових умов для розробки, виробництва та реалізації різних видів інноваційної продукції, забезпечення можливості доступу до фінансових ресурсів, використання інструментів, що знижують фінансові ризики, кредитування інноваційної діяльності під заставу майна підприємства, фінансування з використанням коштів венчурного фінансування тощо.

При цьому найбільш актуальними напрямками для державної підтримки можна визначити ті види інноваційної діяльності підприємства, що спрямовані технічне переозброєння та оновлення виробництва, на випуск конкурентоспроможної інноваційної продукції як на внутрішньому, так і на світовому ринках. Згідно з Законом України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» такі напрямки інноваційної діяльності поділяються на стратегічні та середньострокові [6]. Стратегічні напрямки інноваційної діяльності передбачають розробку заходів по забезпеченню соціально-економічного зростання держави, розраховані на тривалу перспективу (більше десяти

років) та визначаються за допомогою проведення науково-прогнозного аналізу тенденцій світового розвитку з урахуванням можливостей вітчизняного інноваційного потенціалу. Середньострокові напрямки інноваційної діяльності передбачають розробку заходів щодо інноваційного оновлення виробництва та сфери послуг, орієнтовані на освоєння виробництва нової наукоємної продукції та послуг з високою конкурентоспроможністю на внутрішньому та зовнішньому ринках і розраховані на реалізацію протягом трьох - п'яти років.

Потрібно враховувати той факт, що при стимулюванні інноваційної діяльності повинно забезпечуватись ефективне та цільове використання державних коштів з метою підтримки інновацій та недопущення зловживань використання коштів несумлінними суб'єктами інноваційної діяльності. Досягти цього можливо шляхом розробки комплексу заходів, основними з яких є реєстрація та проведення науково-технічної експертизи інноваційних проектів, що регулюються Законом України «Про наукову і науково-технічну експертизу» [7]. Відповідно до законодавства обов'язкова науково-технічна експертиза проводиться для інноваційних проектів за пріоритетними напрямками інноваційної діяльності та для інноваційних проектів, які спрямовані на отримання законодавчо визначених податкових, амортизаційних та митних пільг.

Висновки

Реалізація принципів управління інноваційним розвитком дозволить сформувати ефективну систему управління інноваційним розвитком підприємства, яка буде враховувати зміну умов діяльності підприємства та сприятиме прийняттю обґрунтованих управлінських рішень щодо інноваційного розвитку підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Лакіза В.В. Організаційно-економічне забезпечення функціонування підприємства / В.В. Лакіза, К.Я. Качмар // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – № 21, (8). – С. 225-229.
2. Сучасний тлумачний словник української мови: 65 000 слів / [За заг. ред. В.В. Дубічинського]. – Х.: ВД «ШКОЛА», 2006. – 1008 с.
3. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: [підручник] / С.М. Ілляшенко. – Суми: ВТД – Університетська книга, 2010. – 334 с.
4. Полінкевич О.М. Принципи інноваційної діяльності в управлінні підприємством [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/en_em/2010_7_2/37.pdf.
5. Господарський кодекс України : від 16.01.2003 № 436-IV [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – Оф. вид. від 2003 р., № 18-22, ст. 144 станом на 04.07.2013. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/go/436-15>.
6. Закон України “Про наукову і науково-технічну експертизу” : від 08.09.2011 № 3715-VI [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – Оф. вид. від 1995р., № 9, ст. 56, станом на 05.12.2012. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/51/95-вр>.
7. Закон України “Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні” : від 08.09.2011 № 3715-VI [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – Оф. вид. від 2012р., № 19-20, ст. 166, станом на 05.12.2012. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3715-17>.

Пілявоз Тетяна Миколаївна - к.е.н., доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, email - vitan2010@mbox.vn.ua

Piliavoz Tetiana – Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ФАКТОРІВ УСПІХУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Зроблено висновки про позиції аналізованого підприємства на ринку; запропоновано п'ять ключових факторів успіху підприємства.

Ключові слова: фактори успіху, науково-технічні переваги, організація виробництва, маркетинг, управління.

Abstract

The conclusions of the analyzed enterprise position on the market are made; five key factors of the company successful activity are suggested.

Keywords: success factors, science and technology advantages, production organizing, marketing, management.

Вступ

Ринкові умови економіки вимагають від підприємств підвищення ефективності виробництва, конкурентноздатності продукції та послуг на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу, ефективних форм господарства та управління виробництвом, активізації підприємництва, ініціативи тощо.

Питання розвитку підприємств, забезпечення довготривалого успішного їх функціонування досліджуються в наукових працях українських учених: О. В. Музика, О. В. Мороз [1], Б. В. Дідковська [2], О. Р. Кривицька [3], І. Є. Мойсеєнко [4] та ін. Однак, глибина окресленої проблеми вимагає подальших досліджень.

Результати дослідження

Через десятиліття самостійної роботи в нових ринкових умовах ПАТ «Володарка» є визнаним брендом у сфері виробництва і продажу високоякісного чоловічого класичного одягу. Вона по праву є лицем та гордістю національної швейної індустрії.

Результати проведеного SWOT-аналізу ПАТ «Володарка» показали, що у підприємства є можливість розширювати обсяги виробництва та виходити на нові сегменти ринку, мінімізуючи тиск основних конкурентів. А отримані значення фінансово-економічних показників свідчать, що фінансові результати мають позитивну динаміку в результаті збільшення оборотності оборотного капіталу, збільшення фондівіддачі основних фондів, зростання продуктивності праці, зниження рівня витрат.

Для підтримки своїх позицій як на національному, так і на міжнародному ринках, автором запропоновано п'ять ключових факторів успіху ПАТ «Володарка» (рис. 1).

Розглянемо більш детально кожний фактор:

1. Фактори, засновані на науково-технічних перевагах: використання нового обладнання, нових елементів технології, високоякісних імпортних і вітчизняних тканин.

Використання нового обладнання дозволить знизити витрати на електроенергію, дасть змогу автоматизувати деякі робочі місця, а використання високоякісних імпортних і вітчизняних тканин дасть змогу конкурувати з іншими швейними підприємствами.

2. Фактори, засновані на особливостях організації виробництва: значне покращення якості; збільшення та вдосконалення нових моделей; зниження витрат на виробництво через краще використання виробничих потужностей і площ, краще використання матеріальних ресурсів.

Покращення якості можна досягти завдяки використанню високоякісних імпортних і вітчизняних тканин, вдосконалення нових моделей може бути здійснено завдяки впровадженню нового фасону, урізноманітненню кольорової гами, використанню декоративної обробки, використанню гудзиків з натуральної сировини деревного і кісткового походження - з рогу тварин, з кісточки плоду

бразильського дерева TAGUA тощо.

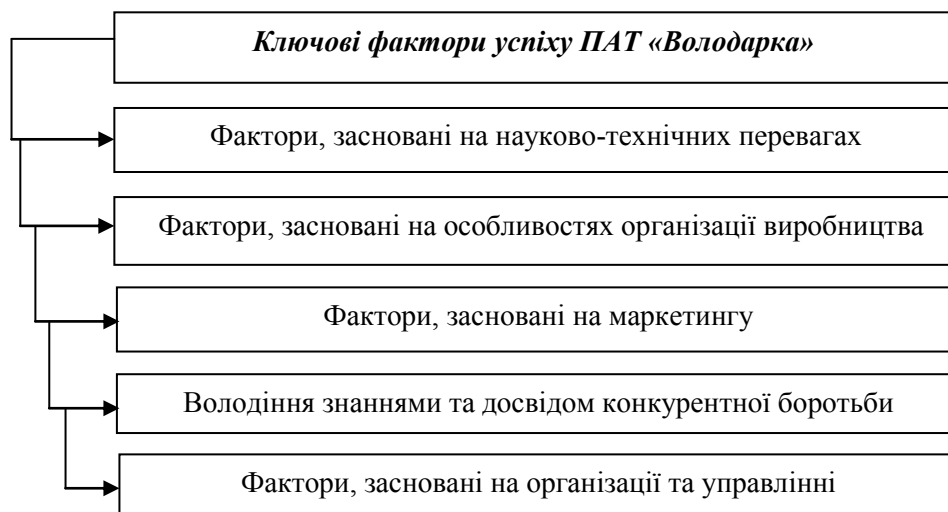


Рисунок 1 - Ключові фактори успіху ПАТ «Володарка»

3. Фактори, засновані на маркетингу: створення підприємством власної розподільчої мережі (відкриття нових магазинів); покращення сервісу (присутність в кожному представницькому магазині швачки, яка б на місці могла підкоректувати незручності в обраному товарі); поліпшення внутрішньогалузевого та міжгалузевого кооперування, оптової торгівлі.

4. Володіння знаннями та досвідом конкурентної боротьби (вивчати товар та нові пропозиції конкурентів тощо).

5. Фактори, засновані на організації та управлінні: застосування автоматизованої інформаційної системи; вдосконалення системи управління якістю; підвищення кваліфікації працівників та впровадження дієвої системи мотивації; формування ефективної управлінської команди.

Впровадження дієвої системи мотивації може досягатися завдяки підвищенню заробітної плати, виплати преміальних, надання відпусток, бонусів, лікарняних і т.д.

Враховуючи результати проведеного аналізу, перспективними планами розвитку підприємства є збільшення обсягів виробництва як для задоволення попиту на внутрішньому ринку, так і для експорту. Також планується додатково закупити обладнання в пошивочні цеха з метою збільшення продуктивності праці.

Підприємство повинно використовувати різні форми і методи маркетингових досліджень ринку, оцінювати дії та зміну цін конкурентів, здійснювати формування торгівельної мережі, з метою отримання швидких коштів можлива реалізація товарів по собівартості з мінімальним прибутком.

Висновки

Отже, діяльність ПАТ «Володарка», як одного із найбільших вітчизняних виробників текстильних виробів, направлена на розвиток та удосконалення продукції підприємства, розширення асортименту, запуск у виробництво нових виробів та ліній виробництва одягу. А для того, щоб посилити позиції товариства як в межах держави, так і за її межами, автором запропоновано п'ять ключових факторів успіху, які охоплюють науково-технічні, організаційні, маркетингові, управлінські переваги підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Музика О. В. Системні фактори ефективності логістичної концепції постачання на підприємствах : Монографія / О. В. Музика, О. В. Мороз. – Вінниця : УНІВЕРСУМ, 2007. – 165 с.
2. Дідковська Б. В. Аналіз структури експорту України до Європи за допомогою регресійної моделі / Б. В. Дідковська // Формування ринкових відносин в Україні. – 2004. – №12. – С. 34-39.
3. Кривицька О. Р. Планування прибутку підприємства при визначенні стратегії його розвитку / О. Р. Кривицька // Фінанси України. – 2005. - №3. - С. 138-146.

4. Мойсеєнко І. Є. Фінансове планування на підприємстві / І. Є. Мойсеєнко // Фінанси України. – 2012. – № 9. - С.155-157.

Ренгач Юрій Сергійович, студент групи ІМ-15, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail : georgevinnr@mail.ru

Науковий керівник: **Безсмертна Оксана Владиславівна**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail : okcana0709@yandex.ru

Yurii S. Renhach – Department of Management and Information Safety, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail : georgevinnr@mail.ru

Supervisor: **Oksana V. Bezsmertna**, Cand. Sc (Eng), Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail : okcana0709@yandex.ru

РОЛЬ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті обґрунтовано визначальну роль фінансового аналізу в антикризовому управлінні підприємствами та організаціями. Визначено основні складові системи фінансового аналізу та деталізовано основні принципи їх роботи.

Ключові слова: фінансовий аналіз, кризовий стан, антикризове управління, динаміка, коефіцієнтний аналіз, кризоутворюючі чинники, моніторинг.

Abstract

In the article the crucial role of financial analysis in crisis management enterprises and organizations was justified. The main components of financial analysis and detailed basic principles of their work were identified.

Keywords: financial analysis, crisis, crisis management, dynamics, ratio analysis, factors of crisis, monitoring.

Вступ

Проблема антикризового управління підприємствами та організаціями залишається однією з найактуальніших в нашій країні вже достатньо тривалий час. Протягом цього періоду було досліджено чимало факторів і причин розгортання кризових явищ, розроблено численні методики дослідження кризового стану, а також запропоновано різні підходи щодо його подолання. Проте, виходячи з практичного досвіду функціонування підприємств та організацій, найбільш затребуваними є саме фінансові методики дослідження кризового стану або його імовірності. В свою чергу, основу цього процесу складає фінансовий аналіз, без якого неможливо отримати достовірні висновки щодо поточного стану підприємства і його віддаленості від кризи.

Теоретичним, методичним і практичним аспектам фінансового аналізу присвячено праці видатних вітчизняних і зарубіжних науковців, таких як В. Подольська, О. Яріш, В. Мец, Ю.Цал-Цалко та ін. [1 - 3]. Їх напрацювання і досвід, безумовно, є корисними та формують основу для застосування фінансового аналізу у різних сферах науки і практичної діяльності.

Результати дослідження

Якщо представити антикризове управління як процес, то вихідним пунктом тут є отримання інформації щодо стану об'єкта. Таким чином, фінансовий аналіз має визначальну роль в антикризовому управлінні. Саме він є тією підсистемою, від якої залежить якість управлінських рішень щодо попередження або подолання кризи.

Система фінансового аналізу включає в себе такі методи формування фінансової інформації:

- дослідження динаміки фінансового розвитку підприємства;
- моніторинг поточного фінансового стану;
- фінансовий аналіз кризоутворюючих факторів зовнішнього і внутрішнього середовища.

Дослідження динаміки фінансового розвитку підприємства передбачає вивчення основних фінансових показників за певними періодами і виявлення закономірностей фінансового розвитку, формування фінансової статистики. Суть статистичного методу полягає у вивченні статистики втрат і прибутків підприємства, обчисленні їх абсолютних та відносних коефіцієнтів по звітних періодах, а також у оцінці рівня прибутковості, визначенні рівня фінансової стійкості в динаміці.

Моніторинг поточного фінансового стану передбачає систему збору даних і розрахунку фінансових нормативів про стан підприємства, що дозволяють на основі відстеження тенденцій і динаміки змін, своєчасно діагностувати кризовий стан і приймати раціональні управлінські

рішення. Іншими словами, в системі загального моніторингу фінансового стану підприємства виділяється особлива група об'єктів спостереження, що формує можливе «кризове поле» [2].

На етапах спостереження застосовуються як традиційні, так і спеціальні показники – «індикатори кризового розвитку». В періоди активізації факторів зовнішнього фінансового середовища, що реалізують фінансову небезпеку, основні з цих показників вимагають щоденного спостереження. Тут на перший план виходить фінансовий контроль показників, що характеризують ймовірність настання банкрутства. На цьому етапі основною метою буде встановлення діагнозу і формування висновку про фінансовий стан підприємства як на дату здійснення цього дослідження, так і на перспективу.

Фінансовий аналіз кризоутворюючих факторів передбачає дослідження системи впливів внутрішнього і зовнішнього характеру на фінансовий стан суб'єкта господарювання та їх ідентифікацію з позиції провокування кризових явищ. І.А. Бланк на даному етапі виділяє важливість і необхідність групування кризоутворюючих факторів за визначальними ознаками, а також дослідження ступеня впливу окремих факторів на форми і масштаби кризового стану [4].

За результатами поточного моніторингу та фінансового аналізу кризоутворюючих чинників реалізується попередня діагностика характеру розвитку фінансової діяльності підприємства і його фінансового стану. У процесі такої діагностики констатується «нормальний», «передкризовий» або «кризовий» фінансовий стан [4].

Попередня оцінка масштабів кризового фінансового стану підприємства являє собою заключний етап діагностики, суть якого зводиться до проведення дослідження окремих сторін кризового розвитку у попередніх періодах. Оцінюючи масштаби кризи, рекомендують використовувати три характеристики: легка фінансова криза, глибока фінансова криза або фінансова катастрофа [4].

Можна стверджувати про наявність легкої фінансової кризи в разі зниження ліквідності грошового потоку і скорочення коефіцієнтів автономії, абсолютної ліквідності, а також за наявності тенденції зростання змінних витрат, при цьому ринкова вартість підприємства може бути досить високою і стабільною [3, 4].

Глибока фінансова криза характеризується ситуацією, коли діагностується від'ємне значення грошового потоку, істотне зниження коефіцієнта фінансового левериджу, значне скорочення абсолютної та поточної ліквідності, при цьому відзначається високий рівень операційного левериджу при тенденції до зростання змінних витрат і переважне вкладення капіталу в зоні критичного ризику. Як наслідок, спостерігається зниження ринкової вартості суб'єкта господарювання.

Посилення тенденції до погіршення фінансової ситуації, значне зростання негативної динаміки за вищевказаними показниками дозволяє констатувати стан фінансової катастрофи.

Висновки

Отже, ключову роль в побудові ефективного механізму антикризового фінансового управління набуває своєчасне розпізнавання основних параметрів і масштабів кризової ситуації за допомогою арсеналу численних зарубіжних методик і вітчизняних аналітичних підходів, які, в залежності від цілей дослідження, формують два основних напрямки комплексного фінансового аналізу: експрес-діагностику і фундаментальне діагностування.

Проведення внутрішнього фінансового аналізу підприємств та організацій на постійній основі дозволяє своєчасно розпізнавати ознаки і природу фінансової кризи і, в свою чергу, максимально локалізувати її небажані впливи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Подольська В.О., Яріш О.В. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 488 с.
2. Мец В. О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства: Навч. посібник/В. О. Мец. – К.: Вища школа, 2003. – 278 с.
3. Цал-Цалко Ю.С. Фінансова звітність підприємства та її аналіз: Навчальний посібник. – 2-е вид., перероб., доп. – Житомир: ЖТІ, 2001. – 300 с.
4. Бланк И. А. Антикризисное финансовое управление предприятием. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2006. – 672 с.

Ірина Володимирівна Шварц – канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: s.irinach502@gmail.com

Irina Vol. Shvarts – Cand. Ec. Sci (Eng), Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: s.irinach502@gmail.com

ПІДТРИМКА ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА У РАМКАХ ПРОГРАМИ COSME

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто проблеми інтернаціоналізації вітчизняних підприємств та можливості її підтримки в рамках програми Європейського Союзу COSME.

Ключові слова: підприємництво, підприємство, інтернаціоналізація, підтримка, Європейський Союз, програма COSME.

Abstract

The problems of the internationalization of national enterprises and opportunities of its support according to the European Union program COSME.

Keywords: entrepreneurship, enterprise, internationalization, support, The European Union, COSME program.

Вступ

Закономірним етапом розвитку багатьох суб'єктів підприємництва є інтернаціоналізація їхньої господарської діяльності та вихід на зовнішні ринки. Цей процес передбачає проведення аналізу умов доступу до нових ринків, пошук потенційних ділових партнерів, доступного фінансування, що актуалізує потребу в якісному інформаційному забезпеченні та підтримці зовнішньоекономічної діяльності підприємств як на державному, так і на міжнародному рівнях.

Результати дослідження

Підприємства, починаючи свою міжнародну діяльність, проходять цілий процес навчання («learning-by-doing»). Процес інтернаціоналізації складається з двох етапів: перший етап – «перший» вихід на зовнішній ринок, другий етап – утримання позицій на відповідному ринку. Фірми, які ще не є експортерами, часто недооцінюють ті проблеми, що очікують на них у зовнішньому бізнес-середовищі. Ці проблеми, зазвичай, пов'язані з фінансуванням експорту та доступом до ринків. Фірмам також не вистачає інструментів оцінки своїх експортних можливостей та розуміння того, як їхні можливості відповідають тим викликам, що присутні на міжнародних ринках. У процесі міжнародної торговельної діяльності (перехід від першого до другого етапу) усвідомлення ключових бар'єрів зростає і, як наслідок, пріоритет змінюється з проблем доступу до ринків і фінансових бар'єрів до труднощів з оцінки бізнес-середовища та власних управлінських можливостей.

За результатами оцінки країн за торговельною привабливістю (за індексом сприяння торгівлі), що представлені в доповіді Всесвітнього економічного форуму The Global Enabling Trade Report, Україна в 2014 р. посідала 83 зі 138 місць, а в 2016 р. опустилась на 95 місце [1, 2]. Аналіз найбільш проблемних факторів для експорту в Україні показує, що продаж товарів на міжнародних ринках фірмами незалежно від розміру переважно стримується відсутністю доступу до торговельного фінансування, неналежним рівнем технологій виробництва й навичок працівників, проблемами з виявленням потенційних ринків і покупців, недостатньою відповідністю технічним вимогам та стандартам, а також неконкурентним доступом до імпортової сировини та матеріалів.

Одним з ефективних інструментів підтримки інтернаціоналізації підприємств в умовах функціонування поглибленої і всеохоплюючої зони вільної торгівлі між Україною та ЄС є програма Європейського союзу «Конкурентоспроможність підприємств та малих і середніх підприємств» (COSME) [3]. У травні 2016 року Україна офіційно долучилася до програми COSME, а 22 лютого 2017 року Верховна Рада України ратифікувала Угоду між Урядом України і Європейським Союзом про участь України в програмі ЄС «Конкурентоспроможність підприємств малого і середнього бізнесу» (2014-2020).

Україна стала восьмою країною за межами ЄС, яка приєдналася до програми COSME. Також серед цих країн є Чорногорія, Македонія, Молдова, Туреччина, Албанія, Сербія та Вірменія.

Програма COSME має бюджет в розмірі 2,3 млрд. євро та спрямована на зміцнення конкурентоспроможності та стійкості українських малих та середніх підприємств (МСП), заохочення до підприємницької культури, створення і зростання МСП. Реалізація зазначених цілей забезпечуватиметься за рахунок:

- а) поліпшення доступу до фінансування для МСП у формі акціонування та гарантій по борговим зобов'язанням;
- б) поліпшення доступу до ринків, зокрема, у межах Європейського Союзу, та на глобальному рівні;
- в) поліпшення базових умов для конкурентоспроможності та сталого розвитку підприємств Європейського Союзу;
- г) сприяння розвитку підприємництва та формуванню культури підприємницької діяльності.

Заходи, передбачені програмою COSME, спрямовані на оптимізацію синергії з іншими програмами, наприклад, з програмою «Горизонт 2020», «Інструмент партнерства» (Partnership Instrument) та програмами Європейських структурних та інвестиційних фондів (ESIF), зокрема у таких напрямках, як інтернаціоналізація діяльності, розвиток підприємництва, застосування нових ідей в економіці, створення нових фірм, нових бізнес-моделей, створення нових потужностей для розвитку продуктів та послуг, забезпечення можливостей малим та середнім підприємствам, орієнтованим на зростання, для виходу на регіональні, національні та міжнародні ринки, розроблення продуктів та послуг у сфері інформаційно-комунікаційних технологій, електронної торгівлі, розвиток ІТ-навичок, інвестування в інноваційні технології та дослідження, створення сприятливого середовища для передачі технологій, нетворкінгу, створення кластерів.

Приєднання України до програми COSME уможливило реалізацію в Україні трьох пріоритетних компонентів цієї програми [4]:

I. Покращення умов доступу МСП на ринки (21,5 % від бюджету програми COSME, ~ 500 млн. євро): забезпечення консультативних та аналітичних послуг, пов'язаних із супроводженням експортно-імпоротної діяльності підприємств, їх інтернаціоналізацією та розширенням торговельно-економічних зв'язків. Серед інструментів, які фінансує програма COSME, стануть доступні для вітчизняних підприємств:

1. Enterprise Europe Network (EEN) [5] – європейська мережа підприємств, що надає послуги з пошуку партнерів в 65 країнах світу, сприяє розвитку інновацій та трансферу технологій.. Мережа EEN включає:

- понад 600 організацій з підтримки та розвитку бізнесу;
- понад 2 500 000 організацій-учасників;
- понад 6 000 технологічних профілів;
- понад 10 000 бізнесових профілів;
- понад 100 великих заходів та 18 000 b2b зустрічей на рік [6];

2. Your Europe Business Portal [7] – портал для надання підприємцям інформації про закони ЄС та їх застосування на практиці (на місцевому рівні) в кожній країні ЄС;

3. Support for SME Internationalization [8] – підтримка інтернаціоналізації МСП та посилення кооперації між національними агентствами та Єврокомісією;

4. EU-Japan Centre for Industrial Cooperation [9] – полегшення доступу до японського ринку: інформування щодо місцевих умов ведення бізнесу, надання матеріальної та нематеріальної логістичної підтримки;

5. Export Helpdesk [10] – служба підтримки експорту в ЄС: вимоги та податки, митні тарифи на імпорт товарів та інші правила імпорту, статистика торгівлі, преференційні домовленості;

6. IPR Helpdesks [11] – служба підтримки інтелектуальної власності;

7. Improved Points of Single Contact – контактні пункти для полегшення доступу МСП на внутрішні ринки: інформація про регуляторні вимоги, здійснення адміністративних послуг онлайн;

8. полегшення доступу МСП до державних закупівель – підтримка МСП шляхом співфінансування заходів посередницьких організацій, що підтримують участь МСП в публічних закупівлях (особливо за кордоном).

II. Покращення умов для конкурентоспроможності (11,5 % від бюджету, ~ 300 млн. євро): визначення та усунення зайвих регуляторних бар'єрів на внутрішньому ринку ЄС, імплементація Малого Акту Європи (Small Business Act for Europe) в третіх країнах, забезпечення діяльності мережі Уповноважених з питань МСП (SME Envoys), а також участі третіх країн в їх роботі, створення сектораль-

них робочих груп задля обміну досвідом між представниками профільних органів державної влади тощо.

III. Формування культури ведення бізнесу): підвищення рівня освіти: розвиток менторської системи, обмін досвідом між підприємцями різних країн); покращення середовища (розбудова інфраструктури підтримки підприємництва, консультативна підтримка щодо законодавства); визначення та розвиток окремих бізнес-груп (розвиток жіночого підприємництва, кластерів по інтернаціоналізації МСП, підтримка молодих підприємців).

Робоча програма з імплементації програми COSME у 2016 році в Україні передбачала 29 заходів з бюджетом у розмірі 289 мільйонів євро. У зв'язку з прийняттям рішення про спрямування як мінімум 20% бюджету на реалізацію завдань, пов'язаних із захистом клімату, до підприємств висувається обов'язкова вимога щодо дотримання ними в процесі їхньої діяльності принципів низьковуглецевої, енергоефективної та ресурсоефективної економіки.

Висновки

Таким чином, важливим чинником підвищення ефективності вітчизняного підприємництва, зокрема його інтернаціоналізації, є розвиток підприємницької інфраструктури та покращення бізнес-підтримки. На шляху до міжнародних ринків підприємства зіштовхуються з недостатністю інформації про доступ до торговельного фінансування, потенційних ринків і покупців, міжнародних технічних вимог та стандартів. Усуненню цих бар'єрів сприятиме реалізація в 2014-2020 рр. програми Європейського союзу «Конкурентоспроможність підприємств та малих і середніх підприємств» (COSME), спрямованої на зміцнення конкурентоспроможності та стійкості українських підприємств і заохочення до підприємницької культури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. The Global Enabling Trade Report 2014. - Режим доступу : <http://www.weforum.org/reports/global-enabling-trade-report-2014>
2. The Global Enabling Trade Report 2016. - Режим доступу : http://www3.weforum.org/docs/GETR_2016/WEF_GETR_2016_04_Chapter_2.pdf
3. Executive Agency for SMEs. - Режим доступу: www.ec.europa.eu/easme/en/cosme
4. Пояснювальна записка до проекту Закону України "Про ратифікацію Угоди між Урядом України і Європейським Союзом про участь України в програмі ЄС «Конкурентоспроможність підприємств малого і середнього бізнесу (COSME) (2014 - 2020)». - Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/GH03M00A.html
5. Enterprise Europe Network. - Режим доступу : <http://een.ec.europa.eu/>
6. COSME / Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. - Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=8dc8c0b0-4e27-409c-b90e-f076ab2a27d8&title=ProgramiPidtrimkiPidprintsiv>
7. Your Europe. - Режим доступу : http://europa.eu/youreurope/business/index_en.htm
8. Support for SME Internationalisation beyond the EU. - Режим доступу : https://ec.europa.eu/growth/smes/access-to-markets/internationalisation/support-tools_en
9. EU-Japan Centre for Industrial Cooperation. - Режим доступу : <http://www.eu-japan.eu/>
10. Export Helpdesk. - Режим доступу : <http://exporthelp.europa.eu/>
11. European IPR Helpdesk. - Режим доступу : <https://www.iprhelpdesk.eu/>

Тетяна Миколаївна Білоконь — канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, e-mail: tm.bilokon@gmail.com

Tetiana M. Bilokon — Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor, Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Проаналізовано реальний стан розвитку банківського ринку в Україні, визначено проблемні аспекти банківського ринку при його функціонуванні в мінливих умовах. Розглянуто інформаційне забезпечення як складову оцінки ефективності діяльності банку.

Ключові слова: банк, банківська система, банківський ринок, інформаційне забезпечення.

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. Consider providing information as part of evaluating the performance of the bank.

Keywords: Bank, banking, banking market, information support.

Вступ

Банківська система України протягом останніх років перебуває в стані активної структурної трансформації: кількість банків зменшується, підвищуються вимоги до прозорості діяльності та капіталу банків. 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. Тобто, з одного боку, концентрація генерує позитивні результати для системи та клієнтів банків, а з іншого – може створити загрози для конкуренції.

Сьогодні умови роботи українських банків змінюються, стали більш жорсткими вимоги Національного банку України: відкрити комерційний банк не так легко, як це було кілька років тому, невиконання розпоряджень центрального банку ведуть до серйозних санкцій із боку останнього та інше. Минули часи, коли достатнім було залучити “короткі” гроші, спрямувати їх на спекулятивні операції та, отримуючи добру маржу, забезпечувати високі фінансові показники, особливо не турбуючись про те, “як вийшло сьогодні та що буде завтра”.

Результати дослідження

В умовах, що склалися, змінюються і підходи до аналізу ефективності діяльності банку. Споживачі ринку банківських послуг, самі банкіри усвідомлюють необхідність в найбільш повних і достовірних засобах аналізу банківської надійності. Чим же сьогодні може відповісти банківська система?

Як показали проведені розрахунки, на етапі становлення самої банківської системи України, коли ще не в достатній мірі напрацьовано методологічний апарат, законодавство залишає бажати кращого; навіть найкрупніші банки України за міжнародними мірками дотягують, в кращому випадку, до “середніх” банків, залишаються серйозні проблеми і вади і підходах до банківського аналізу. До них відносять:

- аналізований банк розглядається як окремо існуючий фінансовий інститут: не оцінюється “вага” конкретного банку в фінансовій системі країни (або регіону), не враховуються можливості впливу акціонерів, клієнтів;

- аналіз, проведений з трьох різних позицій (центрального банку, внутрішньобанківський, рейтинг) свідчить про різний обсяг доступної інформації, і, як наслідок, - розбіжності у визначенні однотипних показників, які є основними при проведенні фінансового аналізу банківських операцій, наприклад: ризикові активи, склад залучених коштів, зобов'язання банку тощо;

- немає єдиної системи оцінки банку за видами банківських операцій.

Разом з цим, позитивною тенденцією можна вважати той факт, що в сучасній Україні почали приділяти серйозну увагу питанням надійності банківської системи і окремого комерційного банку. Сьогодні вивчаються (з метою приближення до українських норм і стандартів) і публікуються широко відомі західні методики, застосовуються і свої напрацювання, наприклад, обов'язкова до подання в національний банку загальна фінансова звітність комерційних банків за інструкцією № 10, працюють інформаційно-аналітичний центр "Банк-Інформ" при Асоціації українських банків, Українська фінансова група.

Ефективне функціонування системи оцінки діяльності банку стає можливим лише за наявності певного забезпечення. Під забезпеченням оцінки ефективності банку необхідно розуміти такі види, кількість та якість ресурсів, які є необхідними та достатніми для досягнення мети функціонування системи оцінки: організаційне, інформаційне, методичне, нормативне, технічне, матеріальне та кадрове забезпечення.

До технічного забезпечення відносять відповідні програми та системи, призначені для оцінки ефективності банку, кадрового – працівники банку, які безпосередньо беруть участь в процесі оцінки ефективності діяльності банку.

Важлива роль у забезпеченні належить інформації: вона зв'язує окремі елементи управління (у тому числі й аналіз фінансового стану, ефективності роботи) в єдину динамічну систему. Взаємозв'язок між інформаційним та методичним забезпеченням відбувається завдяки меті проведення оцінки (аналізу) : надання інформації системі управління про фінансовий стан та ефективність діяльності банку та можливості його оптимізації.

Сукупність інформаційного забезпечення системи аналізу представлено: інформаційною системою, комунікативним середовищем та інформаційними технологіями. Взаємозв'язок між окремими функціональними підсистемами управління, простежується завдяки інформаційним потокам і свідчить, що на підставі вихідної інформації оцінки ефективності банку відбувається регулювання подальшої діяльності управлінського персоналу підприємства.

Якісна характеристика інформаційних потоків тісно пов'язана з головним елементом інформаційної системи та всього інформаційного забезпечення – інформацією. За результатами досліджень зроблено висновок, що фінансова звітність – головне джерело інформації, необхідної для оцінки фінансового стану та ефективності діяльності банку; однак, її форма та зміст, не можуть повною мірою задовольняти потреби аналітиків, саме тому виникає необхідність її вдосконалення та використання управлінської звітності.

У фінансовій звітності банку відображається інформація про фінансовий стан банку, результати його діяльності та ін. Фінансові звіти мають правдиво відображати фінансову інформацію щодо банку. Необхідною умовою правдивого відображення діяльності банку є подання інформації у певному форматі та за показниками, які забезпечують якісні характеристики фінансових звітів. Основні вимоги щодо форм фінансової звітності банку такі:

- відповідність національним та міжнародним стандартам з бухгалтерського обліку;
- складання на підставі даних бухгалтерського обліку;
- оптимальність за кількістю і складом показників, що відображаються у фінансових звітах;
- розкриття кількісних та якісних характеристик господарського факту, явища чи процесу, які відображаються у фінансовому звіті;
- зручність форм фінансової звітності для заповнення, розроблення та створення програм електронної обробки інформації.

Якісні характеристики визначають ступінь корисності інформації, що містять фінансові звіти. Виділяють такі якісні характеристики фінансової інформації: дохідливість, доречність, достовірність і співставність.

1. Дохідливість – це якість інформації. Інформація, що включена до форм звітності, має бути зрозумілою користувачам.

2. Доречність означає здатність інформації впливати на рішення, що приймаються. Для користувачів інформація є доречною, якщо вона дає їм змогу оцінити минулі, поточні події та зробити прогноз майбутніх подій і виходячи з отриманих висновків прийняти обґрунтоване економічне рішення щодо діяльності банку.

3. Достовірність інформації означає, що вона не містить помилок та похибок, які здатні вплинути на рішення користувачів звітності. Вимоги щодо достовірності передбачають:

- сумлінність подання інформації. Кожна стаття звіту повинна з достатньою точністю піддаватись конкретній оцінці;
- змістовність інформації. Відображення максимальних обсягів інформації в межах форми;
- нейтральність. Подання звітної інформації не повинне мати вибіркового характеру для заздалегідь визначеного результату;

- відповідність. Для недопущення значних недооцінок чи переоцінок окремих елементів звітів необхідна повна точність у відображенні всіх показників діяльності банку.

4. Співставність інформації означає надання користувачам можливості порівнювати:

- фінансові звіти банку за різні періоди;
- фінансові звіти різних банків.

Передумовою співставності є наведення звітної інформації попереднього періоду у фінансових звітах та розкриття інформації про облікову політику та її зміни у примітках. Але, не зважаючи на вимоги та характеристику фінансової звітності, інформація в ній не завжди є правдивою і достовірною, та може не показувати реальний фінансовий стан банку.

Важливим джерелом інформації є саме внутрішньобанківська управлінська звітність, деякі внутрішні документи, інформація про діяльність певних підрозділів, бізнес напрямків, звіти про виконання відповідних бюджетів, на основі яких можна досліджувати ефективність функціонування певних бізнес напрямків.

Під організаційним забезпеченням оцінки ефективності діяльності банку прийнято розуміти систему аналітичних підрозділів банку, внутрішніх структурних служб, які приймають участь в управлінні банком, забезпечують розробку і прийняття управлінських рішень щодо окремих напрямків діяльності банку і несуть відповідальність за результати цих рішень.

Процес оцінки ефективності обумовлюється стратегією конкретного банку на ринку банківських послуг, яка являє собою сукупність дій менеджменту з метою оптимального управління діяльністю банку в умовах змінного ринкового конкурентного середовища, організаційною структурою банку, рівнем управлінського обліку та фінансовою структурою, які проявляються в кількості бізнес напрямків та відповідних їм центрів відповідальності в банку.

Методичне управління організацією аналітичної роботи на рівні комерційних банків за умови централізованої форми здійснюється відділом економічного аналізу або відділом аналізу банківських ризиків. Етапи аналітичної роботи розрізняються за трудомісткістю роботи, обсягом інформації, що обробляється, та часом проведення. Відповідно до цього змінюються кваліфікаційні вимоги до службовців банку, які зайняті на окремих етапах аналітичної роботи [29].

Координацію процесу аналізу та оцінки ефективності банку здійснює керівник банку, або його заступник, чи керівники певних бізнес напрямків на підставі планів і програм економічного аналізу.

Висновки

Оцінка ефективності діяльності здійснюється в три етапи:

а) попередній етап, на якому відбувається попереднє загальне ознайомлення з підсумками роботи банку та його фінансовим станом;

б) аналітичний, який передбачає аналіз, опис одержаних розрахункових показників ефективності діяльності банку, динаміки даних, що аналізуються, здійснюються підготовка заключення за підсумками роботи;

в) підсумковий, на якому здійснюється підсумкова оцінка ефективності діяльності банку та розробляються пропозиції щодо підвищення ефективності діяльності банку на основі виявлених резервів.

Оцінка ефективності діяльності банку здійснюється у відповідності до вимог внутрішнього нормативного забезпечення – інструкції, методичні вказівки, аналітичний інструментарій, які розробляються банком і регулюють процес самої оцінки ефективності банку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ткачук Л. М. Проблеми і перспективи банківської системи України / Л. М. Ткачук, О. Я. Стахов // Актуальні проблеми наук: Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції. – Прага: Вид-во Освіта і наука, 2015. – С.13-15.

2. Небава М. І. Глобалізаційні процеси та головні виклики для національного середовища України / М. І. Небава, В. О. Денисенко / Materials of the XI International scientific andpractical

conference, «Modern European scienze», – 2015. Volume 3. Economic science.Covernance. Political science. 2015. – С.60-61.

Ткачук Людмила Миколаївна – канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, email : tkachuk_ludmila_76@mail.ru.

Романець Владислав Олегович – студент групи ІКТ-16б, факультет комп'ютерних систем та автоматики, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Lyudmila Tkachuk – Cand. Sc. (Ec), Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa, email : tkachuk_ludmila_76@mail.ru.

Romanets Vladyslav – student of ICT-16b, Department of Computer System and Automation, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa.

АНАЛІЗ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто та узагальнено напрямки і методики оцінки фінансового стану та аналізу банкрутства підприємства.

Ключові слова: банкрутство, фінансова стійкість, ймовірність банкрутства, кризовий стан, прогнозування банкрутства.

Abstract

Considered and generalized trends and methods of evaluation and analysis of financial condition bankruptcy.

Keywords: bankruptcy, financial stability, the probability of bankruptcy, crisis, bankruptcy prediction.

Вступ

Питанню аналізу банкрутства підприємств в економічній науці приділяється значна увага. Це зумовлене тим, що банкрутство певного суб'єкта господарювання призводить до порушення макроекономічної рівноваги, а також від того, на скільки об'єктивно проведено оцінку ступеня ймовірності банкрутства підприємства, залежить ціна підприємства, його інвестиційна привабливість, що також негативно відбивається на економічних інтересах держави. Дана проблема знайшла своє відображення в дослідженнях багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як А. Подольська, О.Яріш, В.Попов, Е.Кадиоров тощо [1 – 2].

Метою дослідження є узагальнення теоретичних положень та практики щодо аналізу ймовірності банкрутства підприємств.

Результати дослідження

Основною причиною настання банкрутства є криза на підприємстві. Найчастіше кризовий стан виявляється в погіршенні фінансових результатів діяльності підприємств, вони нездатні отримувати прибуток, наслідком чого може бути банкрутство.

Тому при загрозі банкрутства необхідно вибрати основні механізми антикризового управління підприємством відповідно до масштабів його кризового стану і з урахуванням прогнозу розвитку основних факторів, що визначають загрозу банкрутства, а саме: забезпечення фінансового оздоровлення підприємства за рахунок реалізації внутрішніх резервів господарської діяльності, зовнішньої допомоги або часткової реорганізації, а у випадку неможливості фінансового оздоровлення підприємства, припинити господарську діяльність і почати процедуру банкрутства.

Фінансовий аналіз має широкий арсенал засобів для прогнозування можливого банкрутства підприємства і дає можливість заздалегідь обґрунтувати та реалізувати заходи щодо забезпечення виходу підприємства з кризової ситуації. Зокрема, розрізняють три основні напрямки прогнозування ймовірності банкрутства підприємства (рисунк 1.1) [3].

В Україні, де протягом багатьох десятиріч панувала позаринкова система господарювання, що виключала офіційне визнання банкрутства як економічного і явища, нема загальновизнаної вітчизняної методики визначення ймовірності банкрутства суб'єктів господарювання. У зв'язку з цим доводиться користуватися зарубіжними методичними підходами, в основу яких покладено факторні моделі прогнозування банкрутства підприємств та організацій (зокрема, моделями Альтмана, Спрінгейта, Ліса, Таффлера, універсальною дискримінантною функцією тощо).

Але оскільки наведені вище моделі не враховують галузевих особливостей вітчизняної економіки, зокрема, розвитку підприємств та притаманним їм форм організації бізнесу, то у вітчизняній практиці вони застосовуються не часто. Тому для прогнозу використовують моделі Пареної та Долгалева, Сайфуліна і Кадикова, а також Іркутську модель.

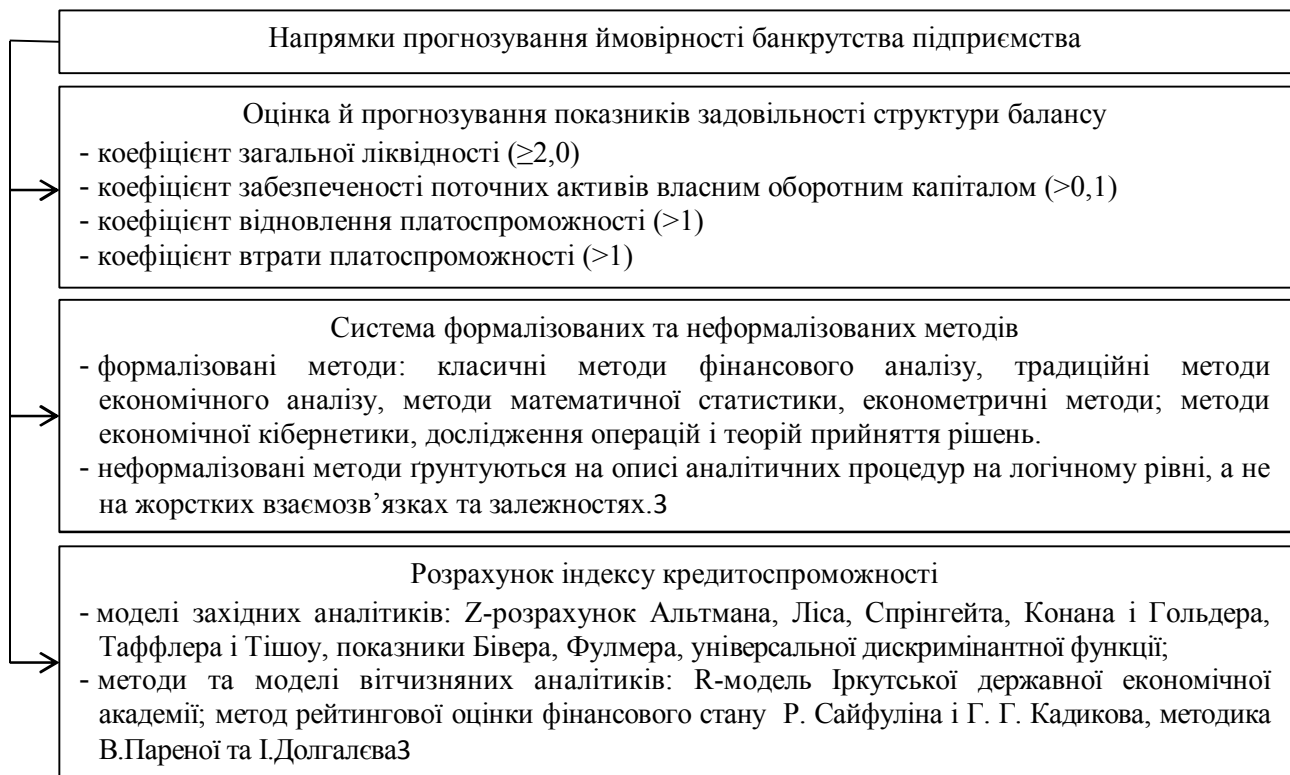


Рисунок 1.1 – Напрямки прогнозування ймовірності банкрутства підприємства

Практика використання методів оцінки схильності до банкрутства за даними українських підприємств показала, що найбільш популярними є методи оцінки, засновані на аналізі фінансових коефіцієнтів. Загалом діагностика кризового стану та визначення його рівня повинні передбачати постійне спостереження за фінансовим станом досліджуваного підприємства.

Висновки

Отже, сукупність розглянутих методик дозволяє проаналізувати фінансовий стан підприємства та оцінити ймовірність його банкрутства, внаслідок чого можливо обрати основні механізми антикризового управління підприємством відповідно до масштабів його кризового стану.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Подольська А. О., Яріш О. В. Фінансовий аналіз: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2007 р. – 488 с.
2. Попов В.Б., Кадыров Э.Ш. Анализ моделей прогнозирования вероятности банкротства предприятий // Экономика и управление. Том 27 (66). – 2014 г. – № 1. С. 118-128.
3. Андрущак Є.М. Діагностика банкрутства українських підприємств // Фінанси України. – 2004 р. - № 9, с. 118-124.

Шварц Ірина Володимирівна – канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: s.irinach502@gmail.com

Франчук Анжеліка Юрїївна – студентка групи 1М-15, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, ВНТУ, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: angelika.franchuk@vntu.net

Irina Vol. Shvarts – Cand. Ec. Sci (Eng), Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail:s.irinach502@gmail.com

Anzhelika Yur. Franchuk - student of group 1M-15, Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University. Vinnytsya, e-mail: angelika.franchuk@vntu.net

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено передумови виникнення екологічного підприємництва. Визначено основні переваги і недоліки ведення екологічного підприємництва в Україні. Розглянуто основні напрямки розвитку екологічного підприємництва в Україні.

Ключові слова: сталий розвиток, екологічне підприємництво, екологічно чисті товари, екологічно чисте виробництво.

Abstract

There are investigated predictors of environmental entrepreneurship. The basic advantages and disadvantages of environmental business in Ukraine are identified. The basic directions of environmental entrepreneurship in Ukraine are considered.

Keywords: sustainability, environmental entrepreneurship, environmentally friendly products, environmentally friendly production.

Вступ

Починаючи з другої половини ХХ ст., очевидним став тісний взаємозв'язок розвитку економіки зі змінами у навколишньому середовищі. Глобальні протиріччя між зростаючими потребами населення і занепадом, деградацією довкілля свідчать про необхідність гармонійного поєднання економічного, соціального та екологічного компонентів розвитку, зміщення акцентів розвитку світової економіки на користь екологічної складової, що вимагає істотного корегування діяльності всіх суб'єктів економіки і політики [1].

Метою роботи є дослідження перспектив розвитку екологічного підприємництва в Україні.

Результати дослідження

Погіршення стану навколишнього природного середовища, економічні втрати внаслідок виникнення природних надзвичайних ситуацій та катастроф, низький рівень використання ресурсозберігаючих технологій, низька екологічна культура підприємців зумовили те, що наша країна в 2010 році за індексом екологічних досягнень займала лише 87 місце серед 163 країн світу. У зв'язку з цим, важливою складовою подальшого соціально-економічного та екологічного розвитку країни має стати формування екологічно-збалансованої підприємницької діяльності [2].

Актуальним проблемам розвитку екологічного підприємництва останнім часом приділяється чимало уваги вітчизняними та зарубіжними науковцями. Зокрема, дослідженню суті, особливостей, перспектив розвитку «зеленого» бізнесу присвячені праці Копалової Г.І., Мішеніна Г.А., Новосьолова С.Н., розвиток ринку екологічних послуг досліджує Мезенцева М.А., конкурентні переваги екологічного підприємництва знайшли своє відображення в публікаціях Боровика О.Н. і Бець М.Т., значення екобізнесу для інноваційного розвитку регіонів розкрито Портновим А.В.

Бажаною метою кожної країни має стати сталий національний розвиток як гарантія високоякісного життя нинішнього та майбутніх поколінь. Активне поширення ідеї сталого розвитку в Україні, як і в інших країнах, почалося після Конференції ООН з навколишнього середовища, яка відбулася в Ріо-де-Жанейро в червні 1992 року. Під терміном «сталий розвиток» розуміють розвиток, при якому досягається баланс між потребами сучасних і майбутніх поколінь за обов'язкових умов існування безпечного і здорового довкілля. Метою сталого розвитку, за визначенням Комісії ООН зі сталого розвитку, є задоволення потреб суспільства без загрози здатності майбутніх поколінь задовольняти свої потреби. Як зазначено в Глобальному договорі ООН, необхідною умовою забезпечення сталого розвитку суспільства та важливою обов'язковою складовою корпоративної соціальної відповідальності бізнесу є, крім економічної та соціальної, екологічна відповідальність. У цьому

важливому документі сформульовано десять універсальних принципів щодо прав людини, трудових відносин, екологічної відповідальності та протидії корупції. У цілому вони спрямовані на втілення прогресивних стратегій ведення бізнесу і майже третина з цих принципів стосується формування й розвитку екологічно-спрямованої діяльності бізнесових структур [2].

Прогрес економічної науки привів все до більшого врахування екологічної складової в системі чинників, які впливають на стійкий розвиток. З одного боку, більшість традиційних природних ресурсів стали дефіцитними. Зокрема це відноситься не тільки до невідновних ресурсів, але також і до так званих відновлюваних ресурсів – насамперед ресурсів екосистем. З урахуванням економічної, соціальної та екологічної складових концепції стійкого розвитку повноцінне економічне зростання без згубних змін у довкіллі можливе лише за рахунок інноваційних екологічно спрямованих технологій [3].

Ліквідація негативних наслідків підприємницької діяльності за допомогою заборонних і обмежувальних заходів не може істотним чином вплинути на поліпшення екологічної ситуації. В даний час все більш чітко проявляється екологічна орієнтація розвитку світової економіки. Екологічна спрямованість бізнесової діяльності є однією з необхідних умов покращення екологічного стану, вирішення проблем раціонального використання природних ресурсів та підвищення добробуту громадян в Україні. Для забезпечення екологічної спрямованості інноваційного розвитку конкурентоспроможної економіки необхідний достатній рівень мотивації екологізації інноваційної діяльності підприємств різних галузей економіки і суспільства в цілому. Необхідною умовою та важливою складовою подальшого соціально-економічного та екологічного розвитку суспільства виступає екологічне підприємництво [1].

Екологічне підприємництво – це діяльність суб'єктів господарювання з виробництва товарів, виконання робіт та надання послуг для забезпечення екологічної безпеки, раціонального використання природних ресурсів, підвищення рівня охорони навколишнього середовища з метою отримання позитивного екологічного та економічного ефекту. Екологічне підприємництво є чинником раціонального використання природних ресурсів, покращення якості продукції, зниження та усунення негативного впливу на стан навколишнього середовища, реалізації принципів сталого розвитку [4].

В світі основними видами екологічного підприємництва є виробництво обладнання для контролю за забрудненням довкілля, очищення повітря і води, економії та збереження ресурсів, збирання, переробки, утилізації відходів. Зростає попит на органічні продукти харчування, екологічно безпечні меблі, побутову хімію, будівельні матеріали, двигуни для автомобілів. Це сприяє розвитку, розповсюдженню та активному використанню екологічно чистих промислових і сільськогосподарських технологій. Актуальним та прибутковим видом бізнесу є збирання, сортування, переробка та утилізація промислових і побутових відходів [1].

Розвиток економіки України спирається на існуючу технологічну базу. Наслідком цього є у 10 разів більша енергоємність важкої промисловості України порівняно із Західною Європою. За виробничий цикл, починаючи від видобутку сировини, на одну тонну кінцевої продукції припадає дев'ять тонн відходів. Частка матеріаломісткої збиткової промисловості становить в Україні 60% внутрішнього валового продукту. Антропогенне та техногенне навантаження на навколишнє природне середовище у кілька разів перевищує відповідні показники розвинених країн світу та продовжує зростати [3].

Екологічна складова розвитку підприємницької діяльності передбачає впровадження сучасних технологій і методів господарювання, що здатні забезпечити необхідні обсяги і якість продукції при мінімальній витраті матеріальних ресурсів та мінімальному впливі на довкілля. Україні життєво необхідна стратегія більш чистого виробництва, яка повинна визначити шляхи комплексного вирішення екологічних та економічних проблем, забезпечити передумови створення дієвої системи сприяння впровадженню підприємствами стратегії та методів такого виробництва [5].

Ринок екологічно чистих товарів та послуг в Україні існує та бурхливо розвивається, а також має деякі переваги для ведення бізнесу в Україні, а саме:

- потужний товарний асортимент екологічних товарів та послуг;
- наявність невибагливих споживачів з широких верств населення (зацікавленість екотоварами виявляють люди віком 50-60 років, що пов'язано з їх підвищеним піклуванням про здоров'я, а також молодь до 25 років з її прагненням до чогось нового), кількість яких невинно збільшується;
- можливість зайняття поки що відносно вільної ринкової ніші;
- наявність науково-технічної бази для розроблення унікальних вітчизняних екотоварів, що не матимуть аналогів на закордонних ринках;

- можливість отримання міжнародної сертифікації і реальність виходу на потужний міжнародний (транскордонний) ринок екологічних товарів та послуг;
- можливість залучення іноземних партнерів та інвесторів у високодохідні екологічні проекти.

Розвиток та впровадження екологічно чистого виробництва, як напрямку екологічного підприємництва, є запорукою підвищення конкурентоспроможності підприємств з одного боку та вирішення екологічних проблем – з іншого. Даний вид є одним із найдохідніших видів підприємництва. Окрім того досягається економічний, екологічний та соціальний ефект, підвищується інвестиційна привабливість підприємства [6].

Проте існує ряд проблем, з якими пов'язане впровадження екологічно чистого виробництва:

- 1) висока вартість реалізації проектів виробництва екологічно чистої продукції;
- 2) відсутність державних стандартів на екологічно чисту продукцію, використання в процесі виробництва Технічних умов України (ТУУ), що зменшує ймовірність притягнення до відповідальності за випуск неякісної та шкідливої продукції;
- 3) збільшення змінних витрат на виробництво екологічно чистої продукції, пов'язаних із залученням більш якісної вхідної сировини;
- 4) зменшення терміну зберігання продукції;
- 5) більш жорсткі вимоги до транспортування;
- 6) складності при розміщенні продукції в торгових точках поряд з неорганічною продукцією;
- 7) недостатня підтримка виробників сільськогосподарської продукції та відсутність крупних компаній-виробників, що ускладнює процес контролю вхідної сировини;
- 8) слабка поінформованість стосовно маркування продукції, її складу та вмісту шкідливих речовин, недосконалість нормативної бази в питаннях маркування продукції, і як наслідок - низький рівень екологічної свідомості населення [7].

До видів екологічного підприємництва, крім виробництва екологічно чистої продукції, також відносять ряд екологічних послуг, зокрема, екологічний консалтинг, екологічний аудит, екологічний інжиніринг та лізинг, екологічне страхування, екологічний маркетинг та екологічна сертифікація.

Основними напрямками, які забезпечать розвиток екологічного підприємництва в Україні, є:

- організація спеціалізованих торгових ярмарків щодо демонстрації екобезпечних технологій, екологічно чистої продукції та екологічних послуг;
- сприяння залученню іноземних інвестицій з метою розвитку вітчизняного ринку екологічного підприємництва;
- формування попиту на екологічно чисту продукцію та екологічні послуги в Україні;
- фінансове забезпечення запровадження екобезпечних інновацій з боку держави [5].

Ефективна інвестиційна та інноваційна політика у природоохоронній галузі стане стимулом для українського підприємництва здійснювати екологічно орієнтовані капіталовкладення і може активізувати розвиток екологічного ринку товарів і послуг. Необхідним є створення ефективної системи, заснованої на стратегічно вигідній взаємодії природокористувачів, місцевої влади, населення і екологоорієнтованого бізнесу.

Висновки

Таким чином, конкурентоспроможність товарів на світовому ринку визначається не в останню чергу їх екологічними характеристиками, а також витратами на охорону навколишнього середовища. Природоохоронні технології в перспективі будуть представляти одну з основних засобів конкурентної боротьби [1].

Екологічна орієнтація українського бізнесу повинна передбачати активізацію інвестицій у високотехнологічні галузі з метою вирішення природоохоронних завдань. Популяризація та розвиток екологічного підприємництва в державі сприятиме покращенню екологічного стану, вирішенню проблем раціонального природокористування та підвищення екологічного, матеріального і духовного добробуту громадян України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Печенюк А. В. Економіка природокористування та екологізація навколишнього середовища / А. В. Печенюк // Інноваційна економіка. – 2013. - №41. – С. 172-175.
2. Єфімова Г. В. Економіко-екологічна збалансованість підприємницької діяльності як передумова сталого розвитку регіону / Г. В. Єфімова, Н. В. Гришина // Економіст. – 2012. - №6. – С. 22-24.
3. Ющишина Л. О. Інноваційні імперативи економічного зростання в контексті розвитку еколого-орієнтованого підприємництва / Л. О. Ющишина // Вісник Хмельницького національного університету. – 2012. - №5. – С. 206-209.
4. Андрєєва Н. М. Екологічно чисте виробництво в системі екологічного підприємництва: систематика наукового бачення та взаємозв'язку / Н. М. Андрєєва, В. А. Козловцева // Економічні інновації: Зб. наук. пр. – Одеса: ІПРЕД НАН України. – 2012. – Вип. 48. – С. 8-17.
5. Скороход І. С. Напрямки розвитку екологічного підприємництва в Україні / І. С. Скороход, Н. Г. Ребрина // Економіст. – 2013. - №4. – С. 206- 211.
6. Гаврилко П. П. Стан та особливості розвитку світового та вітчизняного екологічного ринку товарів та послуг / П. П. Гаврилко, В. М. Черторижський // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.6. – С. 68-72.
7. Кошевець В. В. Виробництво екологічно чистої продукції як один із факторів формування ділової репутації / В. В. Кошевець, Г. О. Швіндіна // Бізнесінформ. – 2012. - №8. – С. 83-85.

Попатенко Олена Вікторівна – студентка групи ЕКО-13м, Інститут екологічної безпеки та моніторингу довкілля, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: olenapopatenko1996@gmail.com

Науковий керівник: **Красєвська Алла Станіславівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва і фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Popatenko Olena V. - Institute of ecological safety and environmental monitoring, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: olenapopatenko1996@gmail.com

Supervisor: **Alla S. Krajevskaja** — Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЯ ЯК ЧИННИК ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Обґрунтовано актуальність інноваційного розвитку сучасних підприємств на основі інтелектуалізації. Визначено інтелектуалізацію як основний інструмент для створення інновацій та забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Досліджено вплив інтелектуального потенціалу на інтелектуалізацію систем менеджменту підприємства.

Ключові слова: інтелектуалізація, інноваційний розвиток, інноваційна стратегія, інновація, конкурентоспроможність, інтелектуальний потенціал, менеджмент.

Abstract

The importance of innovative development based on intellectualization of the modern enterprises is justified. The intellectualization defined as the primary tool for creating innovation and competitiveness of the company. The influence of intellectual potential on the process of intellectualization of the enterprise management systems is explored.

Keywords: intellectualization, innovative development, innovation strategy, innovation, competitiveness, intellectual capacity, management.

Вступ

Пріоритетною категорією функціонування сучасних підприємств є інновація, як «будь-яка можлива зміна, що відбувається внаслідок використання нових або вдосконалених рішень технічного, технологічного, організаційного характеру в процесах виробництва, постачання, збуту продукції, після-продажного обслуговування» [1]. В умовах ринкової економіки інновації являють собою зброю у конкурентній боротьбі, тому що інновація веде до зниження собівартості й можливого зниження цін, до зростання прибутку, до створення нових потреб, до припливу грошей, до відкриття й захоплення нових ринків, у тому числі й зовнішніх.

При цьому основним інструментом для створення нових можливостей, та водночас фактором забезпечення розвитку економіки є інтелектуалізація як складний, всеохоплюючий багатогранний процес.

Метою роботи є дослідження теоретичних аспектів інтелектуалізації як чинника інноваційного розвитку сучасних підприємств.

Результати дослідження

Нові технології докорінно і швидко змінили структуру світової економіки. Актуальність інноваційної моделі розвитку сучасних підприємств зумовлюється стрімким зростанням впливу науки та нових технологій на соціально-економічний розвиток.

Під інноваційною стратегією розвитку автори джерела [2] пропонують розуміти процес реалізації стратегії підприємства за допомогою комплексу новітніх засобів та методів, спрямованих на підвищення його конкурентоспроможності й досягнення якісно нового становища в умовах турбулентності зовнішнього середовища.

Інтелектуалізація передбачає кардинальне підвищення ролі людського капіталу як рушійної сили соціально-економічного розвитку завдяки реалізації його креативного потенціалу. При цьому, інтелектуалізація забезпечує високу якість менеджменту в цілому та фінансового менеджменту, зокрема, виступає запорукою ефективності відтворювальних процесів, впровадження нових ідей та інновацій [3].

Визначальним чинником інтелектуалізації діяльності підприємства, в тому числі систем менеджменту, є наявний інтелектуальний потенціал. На рівні підприємства інтелектуальний потенціал є основою інноваційного розвитку, підсилення конкурентних переваг, підприємницьких і управлінських

навиків, та лідерських якостей працівників. Дослідження різних аспектів проблеми формування та оцінювання інтелектуального потенціалу підприємств висвітлено у працях як вітчизняних, так і іноземних науковців: С. Вовканича, А. Турило, Е. Титової, В. Касаткіної та ін. Змістовним, на наш погляд, є визначення інтелектуального потенціалу підприємства, запропоноване Й. С. Ситником : «Інтелектуальний потенціал підприємства – це приховані відносні здатності, сили, знання особистостей і соціально-економічної системи для здійснення організаційно-управлінської, економічної, технологічної, інформаційно-обмінної, науково-інноваційної, соціально-культурної та іншої інтелектуально-продуктової діяльності, який може реалізуватися у формі інтелектуального капіталу підприємства на ринкових і індивідуально-мотиваційних засадах» [4].

Отже, основним інструментом для створення інновацій є інтелектуалізація, яка у свою чергу передбачає інвестування у людський капітал (рис. 1). Забезпечення інтелектуалізації діяльності підприємств, в сучасних умовах – це організаційно складний та фінансово витратний процес [8].

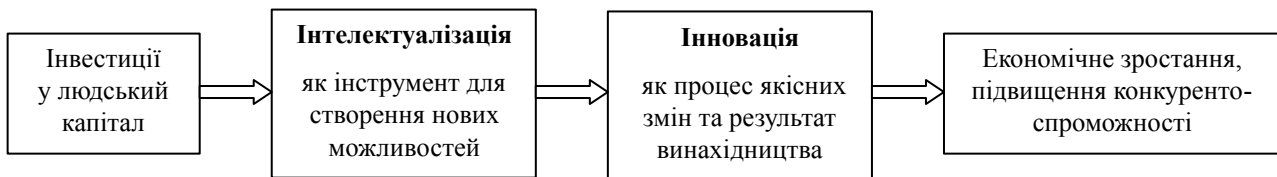


Рис. 1. Ланцюг впливу інтелектуалізації на процес інноваційного розвитку

В сучасних умовах основними вимогами до персоналу підприємств є не лише функціональна готовність, старанність, а й безперервне здобуття знань, творча ініціатива, креативність, особисте зацікавлення в кінцевому результаті. Важливим завданням інноваційних підприємств є ефективне нагромадження інтелектуального потенціалу, розвиток інтелектуальної активності персоналу та удосконалення управлінського циклу [5].

Й.С. Ситник у своїх працях значну увагу приділив дослідженню інтелектуалізації систем менеджменту підприємства. На його думку, з чим ми повністю погоджуємося, створення єдиного інтелектуального простору підприємства удосконалисть якість менеджменту, трансформує весь управлінський персонал, його цілі та завдання, виведе на новий рівень моральні та життєві цінності, дасть змогу реалізувати інтелектуальний потенціал систем менеджменту через нові компетенції, стратегічне мислення, інтелектуальну культуру [1]. Трансформація процесу менеджменту інноваційного підприємства під дією інтелектуалізації є забезпеченням ефективного використання інтелектуального капіталу підприємства, отримання нової якості управлінського впливу керуючої системи на керовану з метою досягнення його цілей [4, 5, 6].

На наш погляд, процес інтелектуалізації діяльності підприємства повинен розпочинатися саме з трансформації систем менеджменту. При цьому менеджмент має спрямовуватись на вищий рівень якісно нової управлінської діяльності – інтелектуальну. Найважливішою цільовою функцією тут має бути розвиток інтелектуальної активності – заснована на знаннях, свідомо, морально орієнтована здатність збирати, нагромаджувати та обробляти значні обсяги інформації [7].

Важливою передумовою інтелектуалізованого інноваційного розвитку сучасних підприємств є процес інтелектуалізації українського суспільства, який гальмується і обмежується такими ключовими проблемами:

- відсутністю державної політики використання інтелектуальних ресурсів;
- втратою і тривалою відсутністю в країні моди на інтелект;
- демотивацією інтелектуальної активності населення;
- деінтелектуалізацією суспільства і влади загалом, їх галузевих і регіональних складових зокрема;
- виникненням і розвитком інтелектофобії;
- відсутністю політики інтелектуалізації влади і суспільства [4, 5, 6].

Зазначені проблеми підсилюються неврегульованістю національного законодавства щодо підприємницької діяльності, розмитістю економічних правил і норм, недоліками банківської і фінансової систем, зрощенням бізнесу і влади, що призводить до додаткових господарських ризиків, які істотно збільшують транзакційні витрати, звужують сферу ефективних управлінських рішень, знижують конкурентоспроможність українських підприємств [7].

Крім факторів зовнішнього середовища, на розвиток вітчизняних підприємств впливають внутрішні чинники. Так, можливості, тривалість, конкретні шляхи переходу національних підприємств до

інноваційної моделі розвитку залежать від наявного інноваційного та інтелектуального потенціалів, зокрема: забезпеченності фінансовими ресурсами, наукових ідей, технічних розробок. Важливою передумовою інноваційного розвитку підприємств є наявність платоспроможного попиту на інноваційну продукцію.

Висновки

Встановлено, що інноваційний інтелектуалізований розвиток сучасних вітчизняних підприємств має бути побудований на високотехнологічних укладах, що зможе забезпечити конкурентоспроможність на зовнішньому ринку. Такий інтелектуалізований розвиток за своїми базовими властивостями потребує інновацій, передбачає інвестиції у людський капітал, формує внутрішній платоспроможний попит на інновації та інноваційну продукцію, створює належні стимули до інноваційної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ситник Й. С. Концептуальні засади інтелектуалізації систем менеджменту підприємства / Й. С. Ситник // Актуальні проблеми економіки. — 2012. — №8 (134). — С. 198-208.
2. Чайковський Є. Теоретичні аспекти інноваційної стратегії розвитку металургійних підприємств / Євгеній Чайковський // Галицький економічний вісник. — 2015. - №2 (49). — С. 115-122.
3. Ремньова Л.М. Концептуалізація парадигмальних зрушень у системі фінансового менеджменту під впливом глобальних мегатрендів економічного розвитку / Л.М. Ремньова, Ю.В. Ніколаєнко // Науковий вісник Полісся. — 2015. - №2 (2). — С. 139-147.
4. Ситник Й. С. Інтелектуальний потенціал як фактор інтелектуалізації систем менеджменту підприємства / Й. С. Ситник // Економічний вісник НТУ КПП. — 2012. — №49. — Електронний ресурс. — [Режим доступу: economy.kpi.ua/uk/node/377].
5. Ситник Й. С. Вплив інтелектуалізації на процес менеджменту інноваційних підприємств / Й. С. Ситник // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". — 2012. — №725 (63). — С. 372-378.
6. Ситник Й. С. Передумови інтелектуалізації систем менеджменту промислових підприємств / Й. С. Ситник // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. - 2012. - № 748. - С. 100-107. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2012_748_18.
7. Князев С.Н. Интеллектуализация – стержневая основа развития экономики и управления / С.Н. Князев, А.Г. Шрубенко // Проблемы управления. — 2007. - №3(24). — С. 16-25.
8. Кісь С. Я. Інтелектуалізація діяльності підприємства: основні визначення і поняття / С. Я. Кісь // «Молодий вчений». — 2015. - №3 (18). — С. 72-76.

Краєвська Алла Станіславівна — канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва і фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет

Alla S. Krajevskaya — Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПРИЛАДОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто методи аналізу фінансового стану підприємства, що визначає ефективність управління підприємством і знижує ризик банкрутства. Проведено комплексний та інтегральний аналіз приладобудівного підприємства. Запропоновано шляхи покращення його фінансового стану.

Ключові слова: фінансовий стан, фінансовий аналіз, комплексний аналіз, інтегральний аналіз.

Abstract

The methods of the company financial position analysis that determine the effectiveness of business management and reduce the bankruptcy risk were considered. A complex and integrated analysis of the instrument-making enterprise was carried out. The ways to improve its financial position were proposed.

Keywords: financial position, financial analysis, complex analysis, integrated analysis.

Вступ

Управління підприємством – це складний процес, що потребує постійного контролю за діяльністю підприємства з метою підвищення ефективності його функціонування, а також визначення перспектив його розвитку. Проблема аналізу фінансового стану підприємства та його оцінки є актуальною і сьогодні, оскільки, з одного боку, він є результатом діяльності підприємства, тобто його досягненнями, а з другого – визначає передумови розвитку підприємства.

Розв'язання проблеми управління фінансовим станом підприємства перебуває в центрі уваги багатьох сучасних наукових досліджень. Вагомий внесок у розробку теоретичних та методичних засад оцінки фінансового стану підприємств внесли такі вчені, як Ковалев В. В. [1], Савіцька Г. В. [2], Терещенко О. О. [3], Мосьондз О. Б. [4] та ін.

Результати дослідження

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.

Проаналізувавши літературні джерела авторів, які досліджували дане питання, можна визначити наступні методи оцінки фінансового стану підприємства [7]:

- коефіцієнтний;
- комплексний;
- інтегральний;
- беззбитковий;
- рівноважний.

Найбільшу увагу слід звернути на поєднання комплексного та інтегрального аналізу фінансового стану підприємства.

Комплексний метод дає змогу виявити ті напрямки в діяльності підприємства, в яких виникають проблеми, а також дає змогу досліджувати причини, що їх зумовили. Саме це є основною перевагою цього методу.

Інтегральний метод аналізу фінансового стану підприємства слід використовувати тим підприємствам, які хочуть визначити свій фінансовий стан певним (одним, сукупним) інтегральним показником. За цим методом розраховується інтегральний показник на базі узагальнюючих показників за рівнем платоспроможності, фінансової незалежності та якості активів підприємства.

Під час проведення комплексної оцінки підприємства потрібно враховувати найважливіші параметри фінансово-господарської діяльності підприємства. В процедуру дослідження доцільно включати аналіз показників рентабельності, ділової активності, платоспроможності, ефективності

використання виробничих і фінансових ресурсів та інші показники, що комплексно оцінюють основні сфери діяльності підприємства.

Для проведення аналізу фінансового стану та розроблення шляхів його покращення в даній статті було обрано приладобудівне підприємство ПАТ «Могилів-Подільський завод газового устаткування та приладів». Для відображення динаміки фінансового стану було обрано лише найсуттєвіші показники (табл. 1).

Таблиця 1 – Вибірка основних показників комплексного аналізу фінансового стану ПАТ «Могилів-Подільський завод газового устаткування та приладів»

Показник	Роки			Відхилення 2014 р. від 2013 р.		Відхилення 2015 р. від 2014 р.	
	2013	2014	2015	абсолютне	відносне, %	абсолютне	відносне, %
Чистий дохід (виручка) від реалізації, тис. грн.	4471	2744	1818	-1727	-38,6	-926	-33,7
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	3988	2717	1954	-1271	-31,9	-763	-28,1
Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	-1584	-2116	-2211	-532	-33,6	-95	-4,5
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,13	0,22	0,27	0,09	69	0,05	22,7
Коефіцієнт вибуття основних засобів	0,05	0,12	0,23	0,07	140	0,11	91,7
Коефіцієнт покриття	3	1,6	0,86	-1,4	-87,5	-0,74	-46,3
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,3	0,06	0,04	-0,24	-80	-0,02	-33,3
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,66	0,36	-0,16	-0,3	-45,5	-0,52	-144,4
Коефіцієнт рентабельності діяльності	-0,35	-0,77	-0,77	-0,42	-120	0	0,0

З таблиці 1 видно, що загалом фінансовий стан підприємства є незадовільним. Окрім того, протягом аналізованого періоду спостерігається тенденція до його погіршення. Попит на продукцію значно зменшився, про що свідчить зменшення чистого доходу від реалізації продукції. Останні три роки підприємство працює в збиток, окрім того, з кожним роком величина збитку росте. Якщо ситуація не зміниться і така тенденція продовжиться, то підприємству буде недоцільно проводити подальшу діяльність. Також спостерігається зростання зносу основних засобів, хоча він поки що і знаходиться в нормативних межах (менше 0,5), проте, якщо не діяти, то це може змінитися, що негативно вплине на якість продукції. Значення коефіцієнта покриття, яке нижче нормативного, свідчить про те, що в разі потреби наявні ресурси не зможуть покрити усі зобов'язання підприємства. Діяльність підприємства є збитковою, витрати не покриваються надходженнями від продажу продукції.

Інтегральні показники (табл. 2) розраховані за двома методами:

- метод визначення за універсальною дискримінантною функцією О.Терещенка (Z);
- метод визначення за функцією Харрінгтона (D_{fe}).

У результаті розрахунків за універсальною дискримінантною функцією Терещенка можна сказати, що у 2013 р. фінансовий стан підприємства був незадовільним та схилився до банкрутства, проте його можна було виправити за допомогою санації. У 2014 та 2015 рр. фінансовий стан підприємства значно погіршився. У 2015 р. фінансовий стан підприємства вкрай важкий. Інтегральний показник за даною методикою свідчить про банкрутство підприємства.

Таблиця 2 – Розраховані значення інтегрального показника фінансового стану ПАТ «Могилів-Подільський завод газового устаткування та приладів»

Інтегральний показник	Значення в розрізі років			Абсолютне відхилення	
	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2014 р. від 2013 р.	2015 р. від 2014 р.
Z	-0,46	-3,41	-6,12	-2,95	-2,7
fe	-0,0025	-0,0015	-0,01	+0,001	-0,009

Така ситуація зумовлена значним зменшенням кількості проданої продукції. Для порівняння необхідно зазначити, що в 2013 р. товарів було продано на суму 4471 тис. грн., на 2744 тис. грн. – у 2014 р. та на 1818 тис. грн. – у 2015 р.

Окрім того, підприємство отримує в результаті своєї діяльності чистий збиток, котрий зріс у 2014 р. на 33,6%, а в 2015 р. – на 4,5%. Також щорічно спостерігається зменшення валюти балансу при одночасному збільшенні зобов'язань.

У результаті розрахунків за функцією Харрінгтона видно, що рівень фінансового стану протягом усього аналізованого періоду є низьким та свідчить про високу збитковість підприємства. При цьому згідно з отриманими значеннями сигнальних показників одна їх частина вказує, що підприємство є збитковим, а інша - що підприємство є банкрутом.

Отже, виходячи із проведеного аналізу, видно, що підприємство потребує негайного покращення фінансового стану. Для цього запропоновано ряд пропозицій, на основі яких було побудовано модель покращення фінансового стану ПАТ «Могилів-Подільський завод газового устаткування та приладів» (рис. 1).

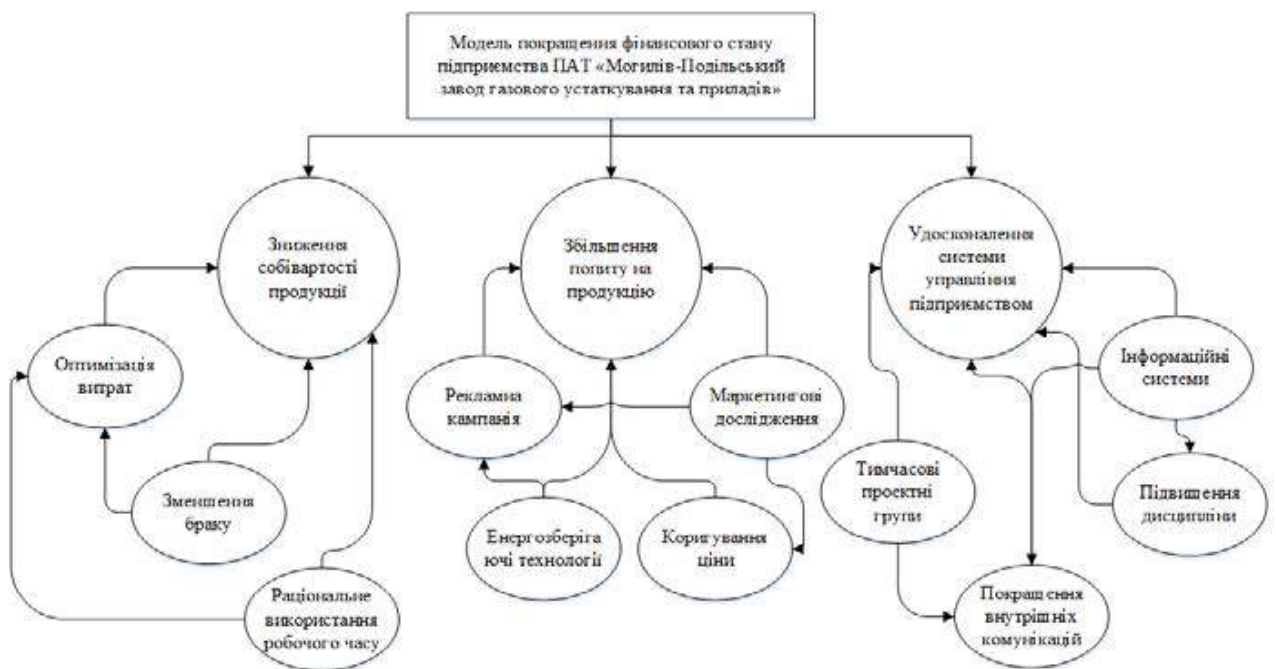


Рисунок 1 – Модель покращення фінансового стану ПАТ «Могилів-Подільський завод газового устаткування та приладів»

Висновки

Отже, фінансовий стан є важливою характеристикою діяльності підприємства. Він описує не тільки результати вже проведеної підприємством діяльності, а й визначає, як потрібно діяти в майбутньому. Саме тому актуальним є систематичне проведення аналізу фінансового стану підприємства.

Автором було проведено комплексний та інтегральний аналіз фінансового стану приладобудівного підприємства – ПАТ «Могилів-Подільський завод газового устаткування та приладів». Результати проведеного аналізу свідчать про незадовільний фінансовий стан підприємства, а також про велику ймовірність банкрутства підприємства в найближчому майбутньому. Тому підприємству необхідно провести заходи, які покращать його фінансовий стан. Запропоновано модель покращення фінансового стану підприємства, яка передбачає: збільшення попиту на продукцію, зниження собівартості продукції, удосконалення системи управління підприємством.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ковалев В. В. Управление финансами: учебное пособие / В. В. Ковалев. – М., 2008. – 156 с.
2. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства / Г. В. Савицька. – К. : Знання, 2005. – 662 с.
3. Терещенко О.О. Антикризове фінансове управління на підприємстві : моногр. / О. О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2004. – 268 с.

4. Мосьондз О.Б. Аналіз фінансового стану підприємства: сутність і необхідність. [Електронний ресурс] / О. Б. Мосьондз // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2012 – №3 – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1016>.

Сандулова Анжеліка Юрївна, студент групи 1М-15, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: anzhelika.sandulova@hotmail.com

Науковий керівник: **Безсмертна Оксана Владиславівна**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: okcana0709@yandex.ru

Anzhelika Y. Sandulova – Department of Management and Information Safety, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail : anzhelika.sandulova@hotmail.com

Supervisor: **Oksana V. Bezsmertna**, Cand. Sc (Eng), Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail : okcana0709@yandex.ru

ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК ОСНОВА ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Вінницький національний технічний університет

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 сучасних конкурентних умовах боротьби за ринок збуту продукції підприємства розвинутих країн все ширше застосовують ефективний інструмент забезпечення успіху – управління якістю. Ефективність цього інструменту на сьогоднішній день особливо зростає у зв'язку з прийняттям у багатьох країнах законодавства, яке встановлює жорсткі вимоги щодо безпечності продукції для здоров'я та життя людини, захисту прав та інтересів споживачів, охорони навколишнього середовища.

Світовий досвід показує, що в умовах відкритої ринкової економіки, яка не може існувати без гострої конкуренції, виявляються фактори, які роблять конкурентоспроможність та якість продукції необхідними умовами виживання товаровиробників, мірилом результативності їх господарської діяльності, добробуту країни.

Міжнародний досвід свідчить, що успіху у світовій економіці, у соціальному і культурному розвитку досягають тільки ті країни, які спроможні забезпечити світову якість продукції та послуг. Це створює виробникам конкурентні переваги, а споживачам – комфортні умови життя. Саме тому в провідних країнах світу проблеми якості постійно знаходяться у фокусі економічних інтересів держави, громадського суспільства і пересічних громадян. Сьогодні практично всі покупки розглядають якість як головний чинник вибору товару порівняно з її ціною та іншими критеріями.

Європейська економіка у новому тисячолітті опинилася в абсолютно новому бізнесовому середовищі, яке характеризується глобалізацією і технологічним прогресом. Це є викликом до різних учасників економічного процесу. Так, підприємцям необхідно покращити управлінські навички, а владні структури повинні створити сприятливе середовище для стабільного розвитку суспільства. Конкуренція як основа підвищення якості життя населення, досягнення економічного зростання, створення нових робочих місць має розвиватися на новому рівні. Перш за все, це стосується якості продукції та послуг. Адже, неякісний або низькоякісний товар має низьку конкурентоспроможність і продукція високої якості – це конкурентний і навіть, висококонкурентний товар.

Найважливішим джерелом зростання ефективності виробництва є постійне підвищення технічного рівня і якості продукції, що виготовляється на підприємстві. Для технічних систем характерна жорстка функціональна інтеграція всіх елементів, тому в них немає другорядних елементів, які можуть бути неякісно спроектовані і виготовлені. Таким чином, сучасний рівень розвитку науково-технічного процесу значно підняв рамки вимог до технічного рівня і якості виробів у цілому і їхніх окремих елементів зокрема.

Системний підхід дозволяє об'єктивно вибирати масштаби і напрямки управління якістю, види продукції, форми і методи виробництва, що забезпечують найбільший ефект від зусиль і коштів,

витрачених на підвищення якості продукції. Системний підхід до поліпшення якості продукції дозволяє закласти наукові основи у процес організації виробництва на промислових підприємствах, об'єднаннях.

У ринковій економіці якість є найважливішим чинником підвищення рівня життя населення, економічної, соціальної й екологічної безпеки країни.

Під якістю продукції розуміють сукупність властивостей, що зумовлюють її здатність задовольняти певні потреби споживачів відповідно до свого призначення. Кожний виріб має свої конкретні властивості, які відображають його корисність і здатність задовольняти потреби людини. Корисність того чи іншого виробу відображає його споживчу вартість, тобто має бути оціненою за її якісними показниками. Таким чином, споживча вартість і якість виробів тісно пов'язані між собою. Підвищення якості продукції, як і інші економічні категорії - підвищення ефективності людської праці, розвитку науки і техніки, є відображенням історичного процесу.

У ринкових умовах господарювання споживач продукції, незалежно чи це юридична, чи фізична особа, самостійно вирішує, яку продукцію чи товар купити. Тому на споживчий попит на товар впливають великою мірою якісні показники того чи іншого виробу (зовнішній вигляд, оформлення, гарантії на товар), реклама, можливе його обслуговування, де це доцільно, тощо.

Автори Рудик В. і Федак С. вважають, що якість - комплексне поняття, що характеризує ефективність усіх сторін діяльності: розробка стратегії, організація виробництва, маркетинг тощо. Найважливішою складовою всієї системи якості є якість продукції [1].

Інші дослідники [2] вважають, що якість продукції - це сукупність її споживчих властивостей, що здатні задовольняти потреби споживачів. Якісною вважається продукція, що відповідає вимогам стандартів і технічних умов і задовольняє потреби споживачів. Якість продукції та послуг найбільше впливає на життєздатність підприємства. Успішна реалізація якісної продукції клієнтам є головним джерелом їхнього існування.

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.

На якісне обслуговування в бізнесі впливають такі фактори:

- 1) стан матеріально-технічної бази;
- 2) прогресивна технологія обслуговування;
- 3) високий професіоналізм і компетентність обслуговуючого персоналу, його уміння і готовність чітко, швидко і культурно обслуговувати;
- 4) управління якістю продукції, що передбачає розробку і впровадження стандартів якості, навчання персоналу, контроль якості продукції, що пропонується споживачеві [3].

Саме якість виробу, яка визначається його властивостями і часто ототожнюється з ними, служить задоволенню потреб індивідуума. Мірою якості (за суто маркетингового підходу) слід вважати рівень задоволення споживача товаром чи послугою, що, у свою чергу, визначається співвідношенням їх вартості і цінності (споживчої вартості).

Треба звернути увагу ще на чотири суттєві моменти у визначенні якості.

По-перше, ототожнювання якості з властивостями продукції дає змогу розглядати її як найскладнішу властивість. Інакше кажучи, якість можна уявити як вершину ієрархічної структури впорядкованої сукупності функціонально-корисних властивостей продукції.

По-друге, якість як певна цілісність і завершеність споживчої вартості існує лише за існування потреби в продукції. Якщо потреби немає, тоді й продукція незалежно від рівня її технічної досконалості й технологічного виконання не матиме якості у тому розумінні, що ніхто на неї не звертатиме уваги. Щоправда, в процесі історичного розвитку людина відкриває нові властивості природних речовин та продуктів своєї праці. Відкриття нових, сформованих природою або доданих працею корисних властивостей того чи іншого матеріального блага може привернути увагу до його якості. Наприклад, майже до середини XIX ст. людство не відчувало потреби в нафті, а відповідно й

не цікавило її якість. У міру розвитку науки і виробництва якість нафти почали оцінювати за можливістю її використання для задоволення енергетичних, технологічних та інших потреб.

По-третє, не всі властивості продукції визначають її якість. Беруть до уваги лише ті з них, які є функціонально-корисними, впливають на призначення матеріального блага, його здатність задовольняти потреби — особисті чи виробничі. Корисні властивості продукції формуються як природою, так і працею. До останніх належать різноманітні конструктивні та технологічні особливості виробу, їх пристосованість до взаємодії з людиною, для технічного обслуговування, ремонту, збереження тощо. Підвищення якості здійснюється за рахунок поліпшення не всіх, а лише корисних властивостей продукції, котрі забезпечують виконання або розширення основних її функцій.

По-четверте, використання продукції має відповідати її призначенню. За неправильного використання навіть високоякісна продукція не дає бажаного ефекту. Інакше кажучи, якість, як упорядковану сукупність властивостей, можна повністю реалізувати лише за умови відповідності застосування продукції її цільовому призначенню.

Отже, якість — як економічна категорія, відображає сукупність властивостей продукції, що зумовлюють ступінь її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення. Існує певна система показників, які дають можливість визначити рівень якості різноманітних видів продукції і постійно здійснювати належний контроль за дотриманням відповідного рівня якості.

Оцінювання якості продукції передбачає визначення її абсолютного, відносного, перспективного та оптимального рівнів. Окремі показники якості товару є специфічними. У зв'язку з цим вони поділяються на три групи: одиничні показники, що характеризують окремі властивості виробу; комплексні, за допомогою яких визначається група властивостей виробу (надійність, довговічність, економічність тощо); узагальнюючі показники характеризують якість усієї сукупності продукції підприємства. З метою визначення якості виробів на виробництві застосовують найрізноманітніші методи, їх поділяють залежно від способу одержання інформації на об'єктивний, органолептичний, диференційований, комплексний.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Якість - гарантія конкурентоспроможності / [Рудик В., Федак С., Коцюба Г., Петров Г.] // Стандартизація. Сертифікація. Якість. – 2008. – №5. – С. 67-68.
2. Система управління якістю у держспоживстандарті України / [Віткін Л. Сахацький І. Лехманік І. Солонинка А.] // Стандартизація. Сертифікація. Якість. – 2008. – №4. – С. 40-44.
3. Друзюк В. Система управління якістю - інвестиція в майбутнє / Друзюк В. Федак О. // Стандартизація. Сертифікація. Якість. – 2009. – №1. – С. 51-54.

Ткачук Людмила Миколаївна — канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, email : tkachuk_ludmila_76@mail.ru.

Коваль Юрій Валерійович — слухач групи ІМ-15, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Tkachuk Lyudmila – Cand. Sc. (Ec), Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa, email : tkachuk_ludmila_76@mail.ru.

Koval Yuri – the listener of IM-15, Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa.

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розроблено рекомендації щодо покращення ефективності системи управління якістю продукції.

Ключові слова: якість, системи управління якістю, пальне, ефективність.

Abstract

Recommendations for improving the effectiveness of the quality management are developed

Keywords: quality, quality control system, fuel, efficiency.

Сучасне управління якістю ставить перед виробниками безліч завдань, виконання яких забезпечує належний рівень якості продукції. Грамотна організація управління якістю, а також дотримання всіх державних і міжнародних стандартів відкривають перед продукцією нові ринки, а отже, дозволяють досягти максимального показника прибутку.

За таких умов важливим завданням є формування ефективної системи управління якістю продукції на підприємстві.

Управління якістю — скоординована діяльність, яка полягає у спрямуванні та контролюванні організації щодо якості. При цьому організацією вважають сукупність людей та засобів виробництва з розподілом відповідальності, повноважень та взаємовідносин.

Міжнародний досвід показує, що для побудови системи якості на підприємстві найкращим рішенням є використання стандартів ISO 9000. Завдяки універсальній природі ці стандарти знайшли використання в усіх без винятку галузях виробництва і сфери послуг. Незважаючи на те, що на сьогодні є різні концепції управління якістю, всі вони так чи інакше базуються на стандартах ISO 9000 [1].

При формуванні політики підприємства у сфері якості слід враховувати вимоги, що пред'являються до неї: керівництво повинне визначати політику в письмовій формі (підписується першим керівником); вона має узгоджуватися з іншими напрямками діяльності підприємства; керівництво повинне забезпечувати розуміння кожним членом колективу розробленої політики у сфері якості, неухильно її здійснювати і проводити в життя; вона повинна бути сформульована таким чином, щоб її положення стосувалися кожного члена трудового колективу, а не тільки якості продукції, що випускається. Документ, що розкриває політику у сфері якості, повинен бути стислим, простим, зрозумілим і незабутнім, відображати вимоги до якості роботи кожного співробітника [2].

Отже, суть управління якістю можна визначити як цілеспрямовану діяльність менеджерів і працівників того чи іншого підприємства з впливом на виробничий процес з метою безперервного підвищення якості продукції. Політика у сфері якості є однією з найважливіших складових частин управління якістю.

Всі дії управління якістю здійснюються на основі спеціальних функцій, послідовна реалізація яких забезпечує досягнення цілей підприємства в галузі якості.

Якість є важливим інструментом в боротьбі за ринки збуту. Саме якість забезпечує конкурентоспроможність товару та є складовою реалізації політики стратегічного маркетингу на підприємствах [3]. Контроль якості тісно пов'язаний з ефективністю управління підприємством.

Сьогодні вимоги та очікування як споживачів, так і уряду стосовно якості бензину і дизельного пального зростають з великою швидкістю. Увага операторів ринку зараз прикута до якості пального зокрема з причини прямої залежності ціни на пальне від тієї ж якості. Та й позитивну репутацію без дотримання найвищих стандартів якості пального завоювати неможливо.

Будь-яка система якості повинна базуватися на інформаційній системі, що підтримує автоматизоване документування процесів забезпечення якості на всіх стадіях життєвого циклу продукції й автоматизоване управління процесами.

Програмний продукт комплексної корпоративної системи управління SAP ERP на мою думку, оптимальний для управління системою якості.

ERP система дозволяє сформувати стандартизоване, єдине інформаційне поле підприємства. Іншими словами, ERP система – єдина точка введення, єдиний центр обробки і єдине джерело інформації про діяльність підприємства.

На відміну від систем, які дозволяють тільки вести бізнес-облік, як, наприклад, бухгалтерські програми, ERP забезпечує інформаційну підтримку прийняття управлінських рішень [4].

Система SAP ERP складається з набору прикладних модулів, які підтримують різні бізнес-процеси компанії та інтегровані між собою у масштабі реального часу.

Модуль «Управління якістю» включає в себе інформаційну систему та систему управління якістю. Він забезпечує підтримку планування якості, перевірку та контроль якості при виробництві і закупівлі. Ключові елементи: Перевірка якості, Планування якості, Інформаційна система контролю якості.

Система SAP ERP дозволить організувати покращити електронний документообіг, зокрема оптимізацію ведення паспортів якості на пальне.

Слід відмітити, що підприємство отримує економічний ефект від використання сучасних автоматизованих інформаційних систем, головним чином, за рахунок можливості контролю за господарськими процесами в режимі реального часу. Зокрема, при плануванні оптимізації роботи з паспортами якості на пальне економічний ефект виникає за рахунок скорочення часу підготовки та передачі документів, зниженні трудових і фінансових витрат, підвищення якості пального в ході систематичного контролю виробництва. Таким чином, формування ефективної системи управління якістю продукції на підприємстві має базуватись на використанні автоматизованих інформаційних систем, що забезпечує своєчасне уникнення негативних проявів економічних ризиків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Капінос Г. І. Операційний менеджмент : навч. посіб./ Г. І. Капінос І. В. Бабій І. В. – К. : "Центр учбової літератури", 2013. – 352 с.
2. Зекунов А. Г. Управління якістю : підруч. / А. Г. Зекунов; під редакцією професора А. Г. Зекунова. – Москва : Юрайт, 2013. - 475 с.
3. Білоконь Т. М. Стратегічний маркетинг як умова підвищення конкурентоспроможності підприємств / Т. М. Білоконь // Збалансований розвиток громад – основа державної стратегії сталого розвитку територій : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Вінниця, 17 травня 2013 р. - Вінниця, 2013. - С. 80-83.
4. Краюшкіна О. А. Актуальність впровадження ERP-систем на підприємствах / О.А. Краюшкіна // Збірник праць XII Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених. – К. : Вид-во НДТНП, 2014. – С. 128-129.

Тетяна Миколаївна Білоконь — канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, e-mail: tm.bilokon@gmail.com

Олеся Василівна Чаплигіна — канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, e-mail: chaplygina_82@mail.ru

Тихонюк Ірина В'ячеславівна — студентка групи ІМ-15, центр післядипломної освіти, кафедра підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: tyhoniuk@mail.ru

Tetiana M. Bilokon — Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor, Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Olesia V. Chaplygina — Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor, Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Tyehoniuk Iryna V. — Department of Business and Financial Activity, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : tyhoniuk@mail.ru

ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ЄС

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Мета представленої доповіді полягає в дослідженні стану інвестиційно-інноваційної сфери в Україні, визначенні та обґрунтуванні стратегічних напрямів інноваційного розвитку держави та розробленні конкретних пропозицій щодо його стимулювання в умовах подальшої інтеграції України у світовий економічний та науково-технологічний простір.

Ключові слова: інноваційна діяльність, Європейський Союз, інвестиції, інвестиційна діяльність.

Summary

The purpose of the reports is to study the state investment and innovation sphere in Ukraine, the determination and justification of the strategic directions of innovative development of the country and the development of specific suggestions for stimulating in terms of further integration of Ukraine into the world economic and scientific and technological space.

Keywords: innovation, European Union, investments, investment activity.

Вступ

Актуальність проблем, що розглядаються у представленій доповіді, визначається необхідністю якнайшвидшого переведення економіки на рейки інноваційного розвитку. Подолання наслідків кризи і перехід до стійкого зростання напряму залежить від ефективності зусиль держави та бізнесу в контексті розгортання процесів диверсифікації економіки, підвищення рівня її інноваційності та створення умов для реалізації креативних здібностей населення, яке в Україні має європейський рівень освіченості.

Результати дослідження

Розгортання науково-технічної революції обумовило необхідність розвитку міжнародного співробітництва країн в науково-інноваційній сфері, яке нині вважається пріоритетним, підпорядковуючим собі інші напрями світової співпраці. Поступовий розвиток високотехнологічних виробництв дозволяють Україні обирати раціональні варіанти науково-інноваційного співробітництва.

Підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС відкриває значні перспективи для української промисловості, які обумовлюються розширенням доступу до містких європейських ринків збуту, використанням можливостей України щодо залучення іноземних інвестицій та трансферу технологій, а також участі у різноманітних програмах розвитку ЄС. Використання Україною всіх переваг від підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС вимагає чіткого визначення пріоритетів у розвитку міжнародного науково-технічного і виробничого співробітництва. Європейський Союз, будучи потужним виробником та експортером високотехнологічної продукції (найбільші прибутки від експорту в ЄС забезпечуються високо- та середньо-технологічними секторами, серед яких машинобудування, хімічна та фармацевтична галузі, авіакосмічна промисловість, харчопереробний комплекс), дотримується курсу на стимулювання промислових інновацій, а також розбудову циркулярної економіки на засадах сталого розвитку [1].

На сьогодні Європейський Союз є одним з найбільших іноземних інвесторів України. За даними Міністерства закордонних справ України, загальний обсяг прямих іноземних інвестицій з країн-членів Європейського Союзу станом на 01.04.2015 склав 38 966,3 млн. дол. США, що становить 79,3% від загального обсягу прямих іноземних інвестицій, здійснених країнами світу в українську економіку. Основні країни-інвестори: Кіпр – 15 795,8 млн. дол. США, (40,5 % від загального обсягу інвестицій з країн ЄС); Німеччина – 5 914,1 млн. дол. США (15,2 %); Нідерланди – 5 529,5 млн. дол. США (14,2 %); Австрія – 2 736,7 млн. дол. США (7,0 %) [2].

За даними Державної служби статистики України, в нашу країну було впроваджено значні обсяги прямих іноземних інвестицій (Таблиця 1).

Таблиця 1 - Прямі іноземні інвестиції (акціонерний капітал) з країн ЄС в економіку України

Країни	Обсяги прямих інвестицій станом на 01.04.2015 (млн. дол. США)	у % до підсумку
Всього з країн ЄС-28	38966,3	100,0
Кіпр	15795,8	40,5
Німеччина	5914,1	15,2
Нідерланди	5529,5	14,2
Австрія	2736,7	7,0
Велика Британія	1953,9	5,9
Франція	1539,2	4,6
Італія	966,6	2,9
Польща	790,8	2,4
Угорщина	561,9	1,7
Люксембург	377,1	1,1
Інші країни ЄС	1740,0	5,3
<i>Довідково:</i>		
Всього в Україні	42851,3	x
Всього з країн ЄС-15	37905,6	x

Україна сьогодні також належить до країн, які декларують важливість інновацій для вирішення нагальних соціально-економічних проблем країни. За даними Держстату України, у 2015 р. інноваційну діяльність у промисловості провадили 824 підприємства або 17,3 % обстежених промислових підприємств. Збільшення питомої ваги інноваційно активних підприємств у загальній кількості промислових підприємств пояснюється зменшенням більше ніж у 2 рази (на 52,4 %) кількості обстежених промислових підприємств і відповідно зменшенням підприємств, що провадили інноваційну діяльність (на 48,8 %) порівняно з 2014 р. (Рисунок 1) [4].

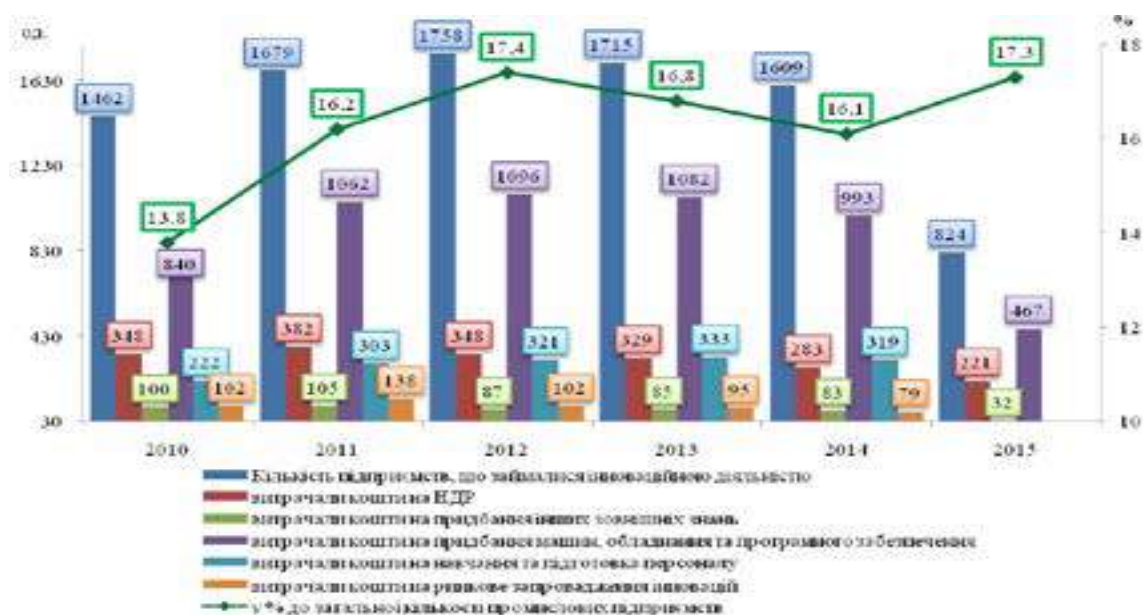


Рисунок 1- Інноваційна активність підприємств у розрізі напрямів інноваційної діяльності (од.) та її питома вага у загальній кількості промислових підприємств (%)

Загальний обсяг фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств у 2015 р. становив 13813,7 млн. грн. або 0,7 % ВВП проти 7695,9 млн. грн. (0,5 % ВВП) у 2014 р. (Рисунок 2).



Рисунок 2 - Динаміка основних показників фінансування інноваційної діяльності

Доктор економічних наук Тетяна Унковська у матеріалі для ZN.UA пише: «За індексом HDI (Human Development Index), який розраховує ООН на основі ВВП на душу населення та стандартів життя, Україна посіла 81-ше місце в світі; на кінець 2015 року. ВВП впав до 90,6 млрд. доларів (при 183 млрд. доларів у 2013 році), а національний дохід на душу населення (GNI — Gross National Income per capita) становив 2,6 тисяч доларів (що практично дорівнює GNI Гондурасу - 2,3 тисяч доларів)». Для порівняння: загальний об'єм світової економіки або річний ВВП всього світу в доларах становить трохи більше 77 трлн. 845 млрд. Частка США у світовому ВВП становить 22,37%. У Китаю розмір економіки оцінюється в 10 трлн. 355 млрд. дол., Він займає 13% в світовому ВВП і

знаходиться на другому місці після США. На третьому почесному місці з великим відривом від Китаю знаходиться Японія, у який реальний ВВП - 4,6 трлн. дол. [8]

Саме залучення довгострокових інвестиційних ресурсів є актуальним на даному етапі розвитку нашої країни. За підрахунками експертів, Україні потрібно щороку вкладати в модернізацію економіки (насамперед промисловості) 70 млрд. дол. Без залучення іноземних інвестицій Україна не спроможна на такі капіталовкладення [7].

Також слід нагадати, що більша частина ВВП країни знаходиться в «тіні». Насамперед це частина коштів від переказів мігрантів, яка надходить в країну «тіньовими каналами». Доречним було б звернути увагу держави на розробку програм мотивації мігрантів надсилати перекази через банківську систему.

Щодо науково-технічного розвитку країни, то Держінформнауки продовжує співробітництво не тільки із Європейським союзом загалом, а із окремими його країнами-членами. На сьогоднішній день Україною укладено 18 двосторонніх науково-технічних угод з країнами-членами ЄС та асоційованими державами.

На даний час економіка України перебуває в складній економічній ситуації, яка зберегла тенденції до погіршення у 2015 році внаслідок продовження агресивної політики Російської Федерації, окупації Криму і військових операцій на сході України. Питання створення сприятливих умов розвитку бізнес-клімату в Україні залишається одним з найактуальніших.

У січні-червні 2015 р. в економіку України іноземними інвесторами вкладено 1042,4 млн. дол. та вилучено 351,3 млн. дол. прямих інвестицій (акціонерного капіталу). Зменшення вартості акціонерного капіталу за рахунок переоцінки, утрат та перекласифікації становило 3604,0 млн. дол., у тому числі за рахунок курсової різниці – 3539,3 млн. дол. У 2015 році інвестиції надходили зі 133 країн світу. Із країн ЄС із початку року внесено 33154,9 млн. дол. інвестицій (77,4 % загального обсягу акціонерного капіталу), з інших країн світу – 9696,4 млн. дол. (22,6 %). Прямі інвестиції з України здійснювались до 46 країн світу, переважна частка яких була спрямована до Кіпру (93,0 %) [2].

Висновки

Незважаючи на те, що Україна нагально потребує іноземних інвестицій, для них існують серйозні перешкоди, включаючи нестабільне та непередбачуване законодавство, відсутність незалежної судової влади (зловживання судів), корпоративне рейдерство, переслідування з боку податкових органів, недоліки в імплементації законів, затримки і непрозорість у поверненні ПДВ, корупція та низький рівень захисту прав власності.

Обидві сторони погоджуються з тим, що необхідно докласти більше зусиль для покращення ситуації, і тому, частковий вступ в силу з 1 січня 2016 року Поглибленої та Всеосяжної Зони Вільної Торгівлі (ПВЗВТ) повинен покращити бізнес-клімат в країні.

Інноваційно-інвестиційна діяльність є життєво необхідною як для економіки України, так і для економік країн Європейського Союзу. Така діяльність не лише є двигуном економічного росту та створення робочих місць, але й має повсякденний вплив на життя людей та їхню діяльність. Зростання торгівлі та конкуренції сприяє зниженню цін, підвищенню якості продукції та розширенню вибору споживачів, а також створенню нових та якісніших робочих місць для обох торговельних партнерів.

Економіка Євросоюзу є однією із найвідкритіших у світі, має дуже низькі середні тарифи і сповідує принцип лібералізації торгівлі для блага всіх. Євросоюз був завзятим прихильником вступу України до Світової організації торгівлі (СОТ), до якої Україна приєдналася у 2008 році. ЄС вважав і продовжує вважати, що тісніша економічна інтеграція та більш активна співпраця з Україною сприятимуть економічному зростанню нашої країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Національний ресурс стратегічних досліджень. Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/public/File/2015_analit/spivrobitn_z_ES.pdf
2. Міністерство закордонних справ України. Режим доступу: <http://mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/european-integration/ukr-eu-investment>
3. Державна служба статистики України. Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/zd/ivu/ivu_u/ivu0315.html

4. Міністерство освіти і науки України. Режим доступу: <http://mon.gov.ua/content/%D0%94%D1%96%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C/%D0%9D%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%B0/2-3-ad-kmu-2015.pdf>
5. Міністерство освіти і науки України. Режим доступу: <http://mon.gov.ua/activity/mizhnarodni-zvyazki/uchast-u-programax-es-erazmus-ta-gorizont-2020/gorizont-2020.html>
6. Українська правда. Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2017/02/26/622005/>
7. Газета Дзеркало тижня. Режим доступу: <http://gazeta.dt.ua/finances/yak-ukrayini-podvoyiti-vvp-i-yakim-shlyahom-piti-krayini-.html>
8. Сайт для тих, хто хоче виїхати за кордон. Режим доступу: <http://visasam.ru/emigration/canadausa/vvp-usa.html>

Новіцька Ольга Василівна — аспірантка, інститут магістратури, аспірантури та докторантури, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: olhanovitska@gmail.com

Науковий керівник: **Мороз Олена Омелянівна** — д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри підприємництва і фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Novitska Olga Vasylivna - postgraduate student, Institute of Magistracy, postgraduate and doctoral studies, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: olhanovitska@gmail.com

Supervisor: **Moroz Helen Omelyanivna** - Dr. Sc. Science, Professor, Head of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ЦЕНТР БІРЖОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ – АЛЬТЕРНАТИВА БАНКІВСЬКОМУ ДЕПОЗИТУ

Центр біржових технологій

Анотація

Розглядаються особливості діяльності Центру біржових технологій, його функції. Досліджується функціональна взаємодія Центру із передовими інвестиційними компаніями України. Висвітлюються інформаційно-консультаційні послуги Центру.

Ключові слова: біржові технології, фінансовий ринок, валютний ринок, інвестиції, брокер, трейдер, капітал.

Abstract

The features of the Exchange Technologies Center activity and its functions are considered. The functional interaction of the Center with the leading investment companies of Ukraine are investigated. The information and consulting services of the Center are considered.

Keywords: exchange technologies, financial market, currency market, investment, broker, trader, capital.

Вступ

На сучасному етапі розвитку України та світової ринкової економіки одне із важливих місць у торгівлі займають біржі. Перехід економіки України на ринкові засади обумовив необхідність створення і спеціальних його інструментів, до яких відносяться і біржі. Тому актуальним є всебічно досліджувати біржову діяльність та біржові торги, зокрема базові поняття, особливості законодавчо-правового регулювання, угоди, які укладаються на біржах, правила і технології біржової торгівлі тощо.

Питання біржового регулювання та біржових торгів вивчали такі представники сучасної науки, як Кузнецова Н. С. [1], Назарчук І. Р. [1], Сохацька О. М. [2], Кононенко І. В. [3], Дудяк Р. [4], Бігуль С. О. [4], Безсмертна О. В. [5] та ін. Однак, глибина окресленої проблеми вимагає подальших досліджень.

Результати дослідження

Для дослідження особливостей функціонування вітчизняних та міжнародних бірж важливим є вивчення досвіду діяльності інформаційно-консультаційних центрів, що надають повний спектр послуг з інвестування та навчання торгівлі зокрема на фінансових ринках. Одним із таких центрів в Україні є Центр біржових технологій. Місія Центру передбачає:

- підвищення стандартів торгівлі на фінансових ринках;
- популяризацію професій, пов'язаних з біржовою діяльністю;
- дослідження принципів розвитку фінансових ринків;
- вивчення способів аналізу та прогнозування.

Завдяки партнерам Центру та їх ексклюзивним продуктам кожен бажаючий може отримати доступ до європейських і світових навчальних програм, стати успішним трейдером та здійснювати інвестиції.

Схема роботи Центру біржових технологій включає три функції:

1. Інвестиції. Партнери пропонують широкий вибір ексклюзивних інвестиційних продуктів.
2. Навчання. Центр біржових технологій пропонує унікальні освітні програми від партнерів, що дозволяють опанувати всі тонкощі професії трейдера.
3. Робота. Центр біржових технологій постійно розширює штат співробітників за рахунок відкриття нових консультаційних центрів в регіонах України.

Центр біржових технологій об'єднує компанії, які розвивають в Україні класичні інструменти інвестування, прийняті в світовому фінансово-економічному співтоваристві.

Зокрема, це TeleTrade, ліцензований європейський брокер з великою мережею представництв, що складається з 200 офісів в 30 країнах світу. Компанія надає клієнтам доступ до торгівлі на фінансових ринках, консультування з управління активами та інвестиціями, актуальну аналітику і новини з фінансового світу.

«Фінансовий радник» – команда професійних трейдерів, які надають робочі торгові рекомендації, а також надають оперативну аналітичну підтримку в реалізації поставлених завдань. Трейдери і аналітики проекту кожен день займаються пошуком найбільш безпечних і прибуткових ідей для інвестування, які допомагають забезпечити дохід клієнтів.

Finsiter – це міжнародний проект, що надає доступ до найбільш актуальних освітніх програм у сфері бізнесу та фінансів. Унікальна методика онлайн-навчання дозволяє отримувати знання досвідчених практиків і теоретиків кращих бізнес-шкіл світу, не виходячи з власного будинку.

Академія Біржових Технологій є першим в Україні навчально-консультаційним центром, який пропонує систему освітніх програм для докладного вивчення торгівлі на валютних і фондових ринках. Авторські стратегії навчання спеціально розроблені для отримання навичок, необхідних для успішної торгівлі. Семінари, майстер-класи та тренінги супроводжуються практичними завданнями, першими кроками в торгівлі та аналізом помилок.

Для отримання затребуваної професії, підвищення рівня фінансової грамотності та збільшення капіталу, Центр біржових технологій проводить такі курси навчання торгівлі на валютних і фондових ринках:

1. Базовий курс по валютним ринкам. Це курс навчання торгівлі на демо-рахунку, аналіз ринку, вивчення психології трейдингу та управління капіталом.

2. Короткострокові торгові стратегії. Курс навчання для досвідчених і початківців трейдерів відкриває доступ до чотирьох короткострокових стратегій отримання прибутку на валютному ринку.

3. Метод Сидуса. Проста та ефективна стратегія для новачків і досвідчених трейдерів.

4. Основи комп'ютерного аналізу. Це курс з вивчення базових технічних індикаторів для всіх основних валютних пар з можливістю застосування отриманих знань на практиці.

5. Основи технічного аналізу. Курс, присвячений вивченню популярного методу прогнозування торгівлі на валютному ринку за допомогою математичних розрахунків і статичних показників.

6. EMA Step System. Комплексна торгова стратегія отримання прибутку на Форекс для досвідчених трейдерів.

7. Пробійна фрак тал. Класична стратегія, побудована на використанні двох технічних індикаторів: Moving Averages і Fractals. Використовується для торгівлі відкладеними ордерами.

8. Торгові стратегії Олександра Елдера. Курс навчання трейдингу, заснований на вивченні і застосуванні прибуткових торгових стратегій Олександра Елдера – визнаного експерта в торгівлі на фінансових ринках.

Таким чином, Центр біржових технологій надає можливості розвиватися в сфері фінансових ринків, отримувати сучасні знання та застосовувати їх на практиці, приймати інвестиційні рішення на фінансових ринках.

Висновки

Отже, в процесі дослідження діяльності Центру біржових технологій було виявлено, що компанія надає спектр інформаційно-консультаційних послуг, які дозволяють кожному бажаному отримати сучасні фінансові знання, набути навичок у прийнятті інвестиційних рішень та стати активним учасником на вітчизняних та міжнародних фінансових ринках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кузнецова Н. С. Ринок цінних паперів в Україні: правові основи формування та функціонування / Н. С. Кузнецова, І. Р. Назарчук. - К. : Юрінком Інтер, 2007. - 76 с.
2. Сохацька О. М. Ф'ючерсні ринки. Історія, сучасність, перспективи становлення в Україні / О. М. Сохацька. - Тернопіль : Економічна думка, 1999. - 43с.
3. Кононенко І. В. Основи біржового права: Навчальний посібник / І. В. Кононенко. - К. : Кондор, 2007. - 87 с.
4. Дудяк Р. Організація біржової діяльності: основи теорії і практики: Навчальний посібник / Р. Дудяк, С. Бігуль. - Львів, 2008. - 76 с.
5. Безсмертна О. В. Інвестиційні пріоритети впровадження логістики постачання на молокопереробних підприємствах / О. В. Безсмертна // Економічний простір. Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2008. – № 10. – С. 157-162.

Чорноокій Андрій Миколайович, інвестиційний консультант, Центр біржових технологій, Вінниця, e-mail: vn@cbt.center

Andrii M. Chornooskiy, investment consultant, Exchange Technologies Center, Vinnytsia, e-mail: vn@cbt.center

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті проаналізовано особливості управління фінансовою стійкістю на мікрорівні в сучасних умовах, охарактеризовано основні проблеми в цій сфері фінансової діяльності підприємств, а також визначено основні цілі стратегічного управління фінансовою стійкістю.

Ключові слова: фінансова стійкість, стратегічне управління, політика фінансування, оборотні активи, структура капіталу.

Abstract

The article analyzes the peculiarities of financial stability at the micro level in modern terms, described the main problems in the field of financial activity and the main goals of the strategic management of financial stability.

Keywords: financial stability, strategic management, policy financing current assets, capital structure.

Вступ

В сучасних умовах господарювання всі підприємства України функціонують у економічних умовах, які постійно змінюються. Проте не лише вплив факторів зовнішнього середовища негативно впливає на діяльність підприємств, а й відсутність забезпечення відповідного рівня фінансової стійкості. Позитивні значення показників фінансової стійкості є підґрунтям для нормального функціонування підприємств і поступового зростання їх економічного потенціалу. Управління фінансовою стійкістю є одним із основних елементів фінансового менеджменту на підприємстві, необхідною передумовою стабільного розвитку підприємства. Тому саме зараз, у час підвищення процесів глобалізації в економіці, забезпечення фінансової стійкості та управління нею є одним із пріоритетних завдань.

Проблеми управління фінансовою стійкістю на підприємстві вивчали відомі вітчизняні та закордонні вчені: Білик М.Д., Поддєрьогін А.М., Донченко Т. В., Савицька Г.В., Тютюнник Г.М. та ін. [1 - 4; 6]. Проте особливості управління цим аспектом фінансового стану підприємства в сучасних умовах потребують подальшого дослідження й вдосконалення.

Результати дослідження

Управління фінансовою стійкістю підприємства є системою принципів та методів розроблення і реалізації управлінських рішень, пов'язаних із забезпеченням постійного зростання прибутку, збереженням платоспроможності і кредитоспроможності, підтриманням фінансової рівноваги.

Слід відмітити, що на більшості підприємств України управління фінансовою стійкістю орієнтоване сьогодні на розв'язання короткострокових проблем. У цих умовах поширеними є зміни завдань, пріоритетів діяльності, рішень, наслідком чого є недосконалість структури показників фінансової стійкості, зниження її рівня.

Тому на підприємстві має здійснюватися стратегічне управління фінансовою стійкістю.

На нашу думку, процес стратегічного управління фінансовою стійкістю необхідно розглядати на основі економічних принципів, що адекватні умовам та особливостям на різних рівнях господарської діяльності. Враховуючи економічні можливості підприємств в умовах ринкового середовища, можна виділити принципи стратегічного управління фінансовою стійкістю суб'єкта господарювання.

З врахуванням сутності та принципів управління фінансовою стійкістю підприємств формуються його стратегічні цілі. Зокрема, стратегічні цілі управління фінансовою стійкістю належать більшою мірою до напрямку зміцнення становища підприємства в галузі, збереження і підвищення її довгострокових конкурентних позицій на ринку.

До основних цілей управління фінансовою стійкістю можна віднести:

- збалансування активів і пасивів (забезпечення достатності власного капіталу, гнучкої структури капіталу, організації руху капіталу);
- збалансованість доходів і витрат (забезпечення достатнього рівня рентабельності, зміна структури витратомісткості господарського процесу, збільшення обсягу товарообороту);
- збалансованість грошових потоків (забезпечення платоспроможності та самофінансування, зниження дебіторської заборгованості, забезпеченість кредитоспроможності [7].

Доцільно відзначити, що у системі управління фінансовою стійкістю важливу роль відіграє визначення головної мети, адже саме вона визначає концепцію розвитку підприємства, основні напрями його ділової активності та служить орієнтиром у середовищі ринкових перетворень.

На нашу думку, головною метою управління фінансовою стійкістю підприємства є забезпечення фінансової безпеки та стабільності функціонування і розвитку підприємства у довгостроковій перспективі в межах допустимого рівня ризику. Відповідно, забезпечення високого рівня фінансової стійкості підприємства в процесі його розвитку та функціонування забезпечується формуванням оптимальної та гнучкої структури капіталу, забезпеченням постійної платоспроможності та ліквідності, збалансуванням грошових потоків, забезпеченням кредитоспроможності, забезпеченням оптимальної структури активів та постійним стабільним перевищення доходів над витратами.

Стратегія управління фінансовою стійкістю має відповідати вимогам антикризового управління фінансами підприємства і передбачати раціоналізацію обігу обігових засобів та оптимізацію структури джерел їх фінансування; забезпечення своєчасного оновлення позаобігових активів і високу ефективність їх використання; вибір та реалізацію найефективніших шляхів розширення обсягів активів для забезпечення напрямів розвитку; забезпечення необхідного рівня самофінансування свого виробничого розвитку за рахунок прибутку, оптимізації податкових платежів, ефективної амортизаційної політики; забезпечення найефективніших умов і форм залучення позикових коштів відповідно до потреб підприємства [5].

Головною проблемою ефективного управління фінансовою стійкістю, на нашу думку, є оптимальне розміщення капіталу підприємства. Від того, які асигнування вкладені в основні та обігові кошти, скільки їх перебуває у сфері виробництва і в сфері обігу, в грошовій та матеріальній формі, значною мірою залежать результати виробничо-фінансової діяльності й, відповідно, вся фінансова стійкість підприємства.

Основою фінансової стійкості є виважена, раціональна організація й ефективне використання оборотних коштів. Політика фінансування оборотних активів являє собою частину загальної політики управління його оборотними активами, що полягає в оптимізації обсягу та складу фінансових джерел їх формування з позицій забезпечення ефективного використання власного капіталу та достатнього рівня фінансової стійкості підприємства. Можна виділити три основні моделі управління оборотними коштами.

Агресивний підхід до фінансування оборотних активів передбачає, що за рахунок власного і довгострокового позикового капіталу фінансуються необоротні активи, невелика частка постійної їх частини (не більше половини), в той час як за рахунок короткострокового позикового капіталу – переважна частина постійної і вся змінна частина оборотних активів. Така модель фінансування створює проблеми у забезпеченні поточної платоспроможності і фінансової стійкості підприємства. Разом з тим, вона дозволяє здійснювати операційну діяльність з мінімальною потребою у власному капіталі, а отже, забезпечувати найбільш високий рівень його рентабельності [2].

При агресивній моделі управління поточними активами й пасивами питома вага поточних активів у складі всіх активів висока, а період оборотності оборотних коштів тривалий.

Агресивній моделі управління поточними активами відповідає агресивна модель управління поточними пасивами, при якій у загальній сумі пасивів переважають короткострокові кредити. При цьому у підприємства підвищується рівень ефекту фінансового важеля. Витрати підприємства на виплату відсотків по кредитах ростуть, що знижує рентабельність і створює ризик втрати ліквідності.

Консервативний підхід до фінансування оборотних активів передбачає, що за рахунок власного капіталу і довгострокових зобов'язань повинні фінансуватися необоротні активи, постійна частина оборотних активів і близько половини змінної їх частини. Друга половина змінної частини оборотних активів повинна фінансуватися за рахунок короткострокового позикового капіталу.

Такий тип політики фінансування оборотних активів забезпечує високий рівень фінансової стійкості підприємства (за рахунок мінімального обсягу використання короткострокових позикових

коштів), однак збільшує витрати власного капіталу на їх фінансування, що призводить до зниження рівня його рентабельності.

Помірний (або компромісний) підхід до фінансування оборотних активів передбачає, що за рахунок власного і довгострокового позикового капіталу мають фінансуватися необоротні активи, постійна частина оборотних активів, в той час як за рахунок короткострокового позикового капіталу – весь обсяг змінної їх частини. Такий тип політики фінансування поточних активів забезпечує прийнятний рівень фінансової стійкості підприємства і рентабельність використання власного капіталу, наближену до середньоринкової норми прибутку на капітал

Таким чином, суть політики управління оборотним капіталом полягає у визначенні достатнього рівня й раціональної структури поточних активів й у визначенні величини й структури джерел їхнього фінансування [3].

Загалом, можна сказати, що метою управління фінансовою стійкістю підприємства є підтримка його фінансової рівноваги, уникнення ризиків для інвесторів і кредиторів та оцінка його заборгованості.

Висновки

Таким чином, фінансова стійкість є найважливішою характеристикою фінансово-економічної діяльності підприємства в умовах ринкової економіки. Якщо підприємство фінансово стійке, то воно має перевагу перед іншими підприємствами того ж профілю та залучень інвестицій, в отриманні кредитів, у виборі постачальників і в підборі кваліфікованих кадрів.

Питання забезпечення фінансової стійкості є актуальним та важливим, так як проведення аналізу на підприємстві дозволить менеджерам приймати ефективні управлінські рішення з вибору стратегії забезпечення фінансового розвитку підприємства і призведе до стабілізації економічного стану та покращення фінансової стійкості підприємства.

Політика управління фінансовою стійкістю підприємства повинна забезпечувати стійкість та платоспроможність підприємства як на короткострокові періоди так і на перспективу. В основі такої політики є необхідність постійного збалансування активів і пасивів, доходів і витрат, позитивних і негативних грошових потоків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Поддєрьогін А.М. Фінансова стійкість підприємств в економіці України : [монографія] / А.М. Поддєрьогін, Л.Ю. Нау- мова. – К. : КНЕУ, 2011. – 184 с.
2. Фінансовий аналіз : [навч. посіб.] / М.Д. Білик [та ін.]. – К. : КНЕУ, 2005. – 592 с.
3. Донченко Т.В. Теоретичні основи формування механізму управління фінансовою стійкістю підприємства / Т.В. Донченко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 1. – С. 23–27.
4. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства : [навч. посіб.] / Г.В. Савицька ; 3-тє вид., випр. і доп. – К. : Знання, 2007. – 668 с.
5. Непочатенко О.О. Фінанси підприємств : [навч. посіб.] / О.О. Непочатенко. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 328 с.
6. Тютюнник Ю.М. Фінансовий аналіз : [навч. посіб.] / Ю.М.Тютюнник. – К. : Знання, 2012. – 815 с.
7. Чегринєць К.В. Фінансова стійкість підприємства: економічна сутність та методи оцінки / К.В. Чегринєць // Управління розвитком. – 2012. – № 10. – С. 51–54.

Олена Омелянівна Мороз – доктор екон. наук, професор, завідувач кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: lmoroz63@mail.ru

Марія Володимирівна Шварц – студентка групи ІМ-15, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: mashashvarts86@rambler.ru

Olena Moroz - Doctor of Economics, professor, head of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnytsia National Technical University. Vinnytsya, e-mail: lmoroz63@mail.ru

Maria Schwartz - student of group ІМ-15, Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University. Vinnytsya, e-mail: mashashvarts86@rambler.ru

ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглядається поняття платоспроможності підприємства і фактори, що впливають на неї. Проаналізовані показники ліквідності ПАТ «Одеський завод гумових технічних виробів» за 2013-2015 роки та запропоновані заходи щодо забезпечення платоспроможності підприємства.

Ключові слова: платоспроможність, ліквідність, дебіторська та кредиторська заборгованість.

Abstract

In the article the concept of solvency and the factors affecting it are considered. Liquidity indicators of the private company «Odessa factory of rubber technical products» for the years 2013-2015 analyzed and measures to ensure the solvency of the company proposed.

Keywords: solvency, liquidity, receivables and payables.

Вступ

Система фінансової безпеки будь-якого суб'єкта господарювання є складним багатогранним поняттям, на яке впливають багато чинників внутрішнього та зовнішнього середовища. Забезпечення потрібного рівня фінансової безпеки можливо за умови, коли на підприємстві впроваджений процес управління його платоспроможністю.

Питанням ліквідності та платоспроможності підприємства, різним аспектам управління ними присвячені роботи Дорошенко А.П., Єфимової О.В., Ковальова В.В., Костирко Р.А., Крейдич І.М., Крейніної М.Н., Лахтіонової Л.А., Мних Є.В., Наконечної О.С., Савицької Г.В., Старостенко Г.Г., Шеремет О.О., Цал-Цалко Ю.С., закордонних вчених: Бернштейна Л., Бріггема Є.Ф., Ваховича Дж. М., Ван Хорна Дж. К., Ерхардта М.С., Найта Р., Каплана Р., Нортон Д. та ін.

Аналіз наукових досліджень цих та інших авторів свідчить про наявність різних тлумачень сутності платоспроможності підприємства, протиріччя в методичних підходах до розрахунку показників, що формують її рівень, та загальному оцінюванні платоспроможності підприємства.

Результати дослідження

Більшість економістів пов'язують платоспроможність підприємства із здатністю сплачувати за зобов'язаннями. Так, наприклад, Давиденко Н.М. під платоспроможністю розуміє наявність у підприємства грошових коштів та їх еквівалентів, достатніх для розрахунків за кредиторською заборгованістю, що потребує негайного погашення [1], Вовк В.М. розуміє достатність ліквідних активів для погашення в будь-який момент усіх короткотермінових зобов'язань перед кредиторами [2]. З іншого боку, Іващенко В.І. і Болюх М.А. [3] вважають платоспроможність найважливішим показником, який характеризує фінансовий стан підприємства, Макарчук І.М. [4] – важливим узагальненим показником стійкості фінансового стану підприємства, а Зятковський І.В. [5] ототожнює платоспроможність із фінансовою стійкістю.

Однак, не можна розглядати платоспроможність тільки як показник, тому що значення показника фіксує стан підприємства на дату його розрахунку, тобто є одномоментним і може змінюватись у часі. Але її можна визначати за минулий період, на якусь певну дату або як майбутню можливість розрахуватись у необхідні терміни за існуючими короткостроковими зобов'язаннями.

Савицька Г.В. розглядає платоспроможність у взаємозв'язку з ліквідністю підприємства та ліквідністю його балансу (рис.1), і порівнює цей зв'язок з багатоповерховим будинком, у якому всі поверхи рівнозначні, але другий поверх не можна звести без першого, а третій – без першого і другого. Тобто ліквідність балансу, що базується на рівновазі активів і пасивів, є основою (фундаментом) ліквідності і платоспроможності підприємства, але разом з тим, якщо підприємство має високий імідж і постійно платоспроможне, то йому легше підтримувати свою ліквідність [6].

Як зазначалось вище, на платоспроможність та фінансову стійкість підприємства впливає ряд факторів. Загалом, в економічній літературі серед різних авторів не виокремлено загальної та стандартної їх класифікації.

Згідно з [7] фактори впливу можна класифікувати за наступними ознаками:

- за місцем виникнення розрізняють зовнішні та внутрішні фактори впливу;
- за важливістю результату виділяють основні та другорядні фактори;
- за структурою – прості і складні;
- за часом дії – постійні і тимчасові.

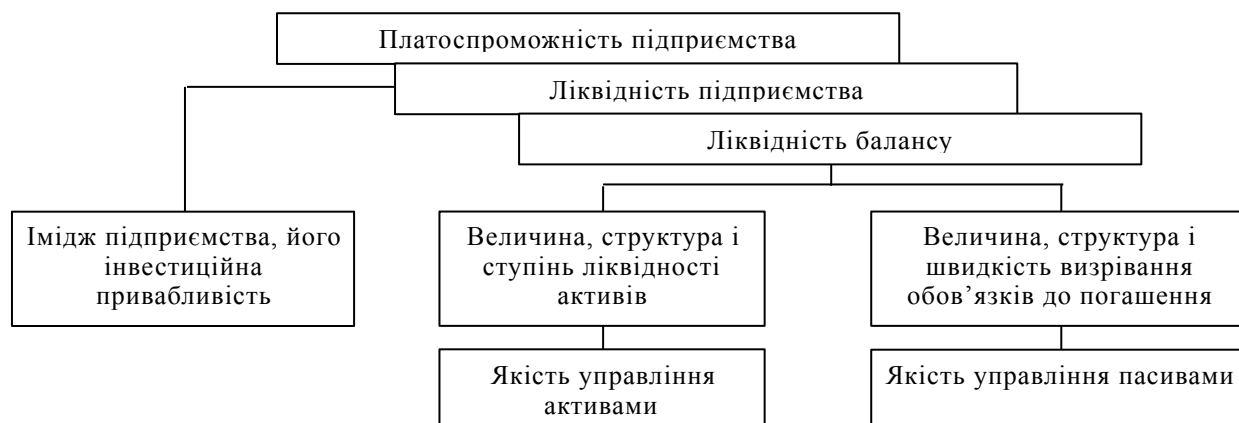


Рисунок 1 – Взаємозв'язок між платоспроможністю, ліквідністю підприємства і ліквідністю балансу

Перелічені фактори можуть здійснювати як позитивний, так і негативний вплив на діяльність підприємства. Позитивний вплив найяскравіше проявляється у покращенні показників рентабельності, ліквідності та платоспроможності.

З огляду на вищенаведене, проаналізуємо ліквідність підприємства на прикладі діяльності ПАТ «Одеський завод гумових технічних виробів» за 2013-2015 рр. [8]. Дане підприємство є комплектуючим заводом, виробляє ряд корабельних амортизаторів від АКСС-10 до АКСС-400 для захисту від вібрацій і ударних навантажень обладнання на судах, двигунів і коробок сільгоспмашин, танків, БТР, установок кондиціонування; формові і неформові комплектуючі для суднобудування і судноремонту; комплектуючі для залізниць; гумові матриці для тротуарної плитки; різноманітні гумові ущільнювачі, кільця, профілі, і широкий спектр культпобуттоварів народного споживання. Більшу частину своєї продукції підприємство реалізує на внутрішньому ринку.

Аналіз ліквідності підприємства (табл.1) дозволяє визначити спроможність підприємства сплачувати свої поточні зобов'язання.

Таблиця 1 – Показники ліквідності ПАТ «ОЗГТВ» за 2013-2015 роки

Показники	Роки			Відносне відхилення, %	
	2013	2014	2015	13-14 рр.	14-15 рр.
1. Коефіцієнт поточної ліквідності (покриття)	4,2	3,1	3,1	-26,2	0
2. Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,72	0,46	0,34	-36,1	-26,1
3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,03	0,005	0,08	-83,3	1500
4. Співвідношення короткострокової дебіторської та кредиторської заборгованості	0,68	0,45	0,26	-33,8	-42,2

Отже, коефіцієнт поточної ліквідності перевищує нормативне значення 1 і складає: у 2013 році – 4,2, у 2014 та 2015 роках – 3,1, що свідчить про достатність обігових коштів для погашення боргів протягом року.

Коефіцієнт швидкої ліквідності лише у 2013 році був близький до рекомендованих значень, коли склав 0,72, потім спостерігається його поступове зниження, відповідно на 36,1% та на 26,1% у 2014

і 2015 роках, тобто, кількість одиниць найбільш ліквідних активів на одиницю термінових боргів зменшується, що є негативною зміною. Варто зауважити, що причиною зменшення даного коефіцієнту є значне збільшення запасів, що і уповільнює ліквідність.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності навпаки, не досягає оптимального рівня 0,2-0,35, це означає, що у 2013 році підприємство могло негайно сплатити лише 3% короткострокових зобов'язань, у 2014 – 0,5%, у 2015 – 8%. Хоча за останній рік цей коефіцієнт збільшився, але суттєво нижчий нормативного значення, тобто підприємство все ще не в змозі негайно ліквідувати короткострокову заборгованість.

Співвідношення короткострокової дебіторської та кредиторської заборгованості, яке повинно бути більше одиниці, було близьким до неї лише у 2013 році, коли складало 0,68, за досліджуваний період спостерігається його зменшення: у 2014 році – на 33,8%, у 2015 – 42,2%, що свідчить про неспроможність підприємства розраховуватись з кредиторами за рахунок дебіторів протягом одного року.

Виходячи з вищенаведеного, стан підприємства слід вважати неліквідним, тому що коефіцієнт абсолютної ліквідності менше 0,2, а коефіцієнт швидкої ліквідності менше 0,5.

Висновки

Отже, майже всі показники ліквідності свідчать про недостатність у підприємства грошових коштів для сплати своїх поточних зобов'язань, а також про незадовільну платоспроможність підприємства, що потребує застосування заходів для покращення такого стану.

По-перше, для підвищення коефіцієнта швидкої ліквідності необхідно зменшити запаси шляхом переробки їх в продукцію та реалізації, що автоматично збільшить коефіцієнт абсолютної ліквідності. Велику допомогу тут може надати маркетинговий аналіз по вивченню попиту і пропозиції, ринків збуту і формування на цій основі оптимального асортименту і структури виробництва і реалізації продукції підприємства.

По-друге, заслуговує на увагу стан дебіторської заборгованості, яка з часом збільшується. Взагалі дебіторська заборгованість є оборотними активами, які вилучені на певний момент, саме тому, чим швидше підприємство отримає кошти за надані товари, роботи та послуги, тим кращим стане його платоспроможність. Окрім того, що збільшення дебіторської заборгованості з часом зменшує ліквідність, ще й підприємство несе через неї втрати від інфляції. Бажано, щоб структура дебіторської заборгованості не містила простроченої, безнадійної, віднесеної до резерву сумнівних боргів заборгованості. У разі виявлення керівництвом підприємства таких статей варто провести аналіз дебіторської заборгованості в позиції строків неплатежу, а також аналіз фінансового стану дебіторів та їх платоспроможності, репутації, термінів існування; диверсифікації клієнтури; визначення максимальної суми боргу в цілому та на одного клієнта (лімітування дебіторської заборгованості); використання різних форм забезпечення повернення боргу (застава, страхування, гарантії банків або третіх осіб, оформлення забезпеченим векселем тощо); підвищення дієвості штрафних санкцій щодо боржників. В процесі роботи з дебіторами також можливо прискорити розрахунки з ними, використовуючи різні форми рефінансування.

Впровадження заходів поступово збільшить коефіцієнти ліквідності підприємства, а також покращить його платоспроможність, але дія цих заходів буде тимчасовою, тому керівництву необхідно постійно слідкувати за показниками, що відображають платоспроможність підприємства і вживати відповідні заходи своєчасно, щоб не допускати погіршення фінансового стану підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Давиденко Н.М. Ліквідність та платоспроможність як показники ефективності фінансового менеджменту підприємства / Н.М.Давиденко // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – №2. – С.36-40.
2. Бугай О. Ліквідність та платоспроможність: економічна суть та експертна оцінка / О.Бугай, В.Вовк // Галицький економічний вісник. – 2013. – №3. – С.169-173.
3. Івашенко В.І. Економічний аналіз господарської діяльності / В.І.Івашенко, М.А.Болюх. – К.: ЗАТ «НІЧЛАВА», 2001. – 204 с.
4. Макачук І.М. Платоспроможність і ліквідність аграрних підприємств / І.М.Макачук // Фінанси України. – 2014. – №4. – С.120-126.
5. Зятковський І.В. Фінанси підприємств: Навчальний посібник / І.В.Зятковський. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К.: Кондор, 2003. – 364 с.
6. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навчальний посібник / Г.В.Савицька. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2005. – 662 с.
7. Мних Є.В. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник / Є.В.Мних, Н.С.Барабаш. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 412 с.
8. SMIDA (звітність підприємств та загальна інформація про діяльність) [Інформаційний ресурс]. Режим доступу: <http://smida.gov.ua/>.

Пушкар Наталя Володимирівна – гр. 1М-15, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, PushkarN@ukr.net.

Науковий керівник: **Мороз Олена Омелянівна** – д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Pushkar Natalya V., Department of Management and Information Security, Vinnitsia National Technical University

Supervisor: **Moroz Olena O.**, Dr. Sc. (Economics), Professor, Head of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnitsia National Technical University, Vinnitsia

УКРАЇНСЬКО-КИТАЙСЬКЕ ІННОВАЦІЙНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО У СФЕРІ ЕКОНОМІКИ ТА НАУКИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті розглядається сучасний стан економічного та інноваційного співробітництва України і Китаю. Виокремлено інструменти, джерела та стратегічні напрями розвитку інноваційної діяльності у сфері економіки та науки.

Ключові слова: інноваційна діяльність, інноваційний розвиток, інноваційна економіка, джерела фінансування інноваційної діяльності, інноваційна стратегія.

Abstract

In the article the current state of economic and innovative cooperation between Ukraine and China are set. Thesis there is determined tools, sources and strategic directions in the economy and science.

Keywords: innovation, innovative development, innovative economy, financing of the innovative activity, innovation strategy.

Розвиток інноваційного потенціалу України передбачає формування відповідних елементів інноваційної інфраструктури з метою створення та випуску закінченого високотехнологічного (інноваційного) продукту та забезпечення повного циклу «розробка – інновація – виробництво». Важливим напрямом інноваційної політики в Україні є формування індустріальних парків. В Україні в 2014 році було створено 12 індустріальних парків, 2 - в 2016 р., в т.ч. у м. Вінниця за ініціативи Вінницької міської ради. Фінансування інноваційної діяльності цих установ має здійснюватись на принципах державно-приватного партнерства.

Законом України «Про індустріальні парки» передбачена можливість створення транскордонного індустріального парку, що в умовах глобалізації та поширення міжнародного співробітництва є досить актуальним.

На сьогоднішній день в цьому напрямку важливою для України є співпраця з Китайською Народною Республікою як є однією з таких країн, з якими Україна має добре налагоджені стосунки та яка є перспективним партнером для українського бізнесу. Впливовим чинником є й певна сумісність економік та технічних стандартів наших країн у багатьох галузях економіки [1-7].

Механізм сприяння розвитку інновацій у Китаї полягає у державній підтримці підприємств з інноваційними технологіями, цілеспрямованій програмі заохочення технологічних інновацій шляхом пільгового оподаткування та надання пільгових кредитів для впровадження цих технологій у виробництво. Однією з форм інвестування інноваційної діяльності є державно-приватне партнерство, тобто сукупність форм взаємодії між урядом і приватними компаніями. Китайський уряд сприяє втіленню проектів партнерства шляхом спрощення їх адміністративного санкціонування, надання податкової і фінансової підтримки під час практичної реалізації таких проектів.

Сьогодні українсько-китайське співробітництво розвивається за такими основними напрямками: торговельно-економічне, науково-технічне, культурно-гуманітарне співробітництво тощо.

Щодо торговельно-економічного співробітництва зазначимо, що аналіз двостороннього товарообігу у 2015 році свідчить про зменшення обсягів українсько-китайської двосторонньої торгівлі, здебільшого за рахунок зменшення обсягів поставок китайських товарів до України. Водночас, спостерігається незначне зростання українського експорту до КНР та майже відсутнє сальдо двосторонньої торгівлі (0,5% від обсягу загального товарообігу) [4].

Згідно з даними Генеральної митної адміністрації КНР, у 2015 р. товарообіг між Україною та КНР склав 7,074 млрд. дол. США, що менше аналогічного показника 2014 р. на 17,6%. При цьому, китайський експорт товарів в Україну становив 3,517 млрд. дол. США (зменшення на 31,1%), імпорт

українських товарів – 3,557 млрд. дол. США (збільшення на 2,1%). Сальдо двосторонньої торгівлі на користь України склало 0,040 млрд. дол. США.

У 2015 році основу китайського експорту в Україну складали:

- механічне обладнання, машини, устаткування та механізми – 30,3% в загальній структурі експорту (1067,3 млн. дол. США);
- текстиль та текстильні вироби – 16,1% (565,9 млн. дол. США);
- недорогоцінні метали та вироби з них – 9,5% (334,01 млн. дол. США);
- полімерні матеріали, пластмаси та каучук – 8,3% (291,53 млн. дол. США);
- продукція хімічної промисловості – 6,9% (243,38 млн. дол. США).

У 2015 році основу китайського імпорту із України складали:

- мінеральні продукти (в основному руди залізни, шлаки, енергетичні матеріали та ін.) – 43,1% (1531,0 млн. дол. США);
- продукти рослинного походження (переважно зернові) – 30,1% (1070,5 млн. дол. США);
- жири і олії тваринного або рослинного походження – 17,9% (638,3 млн. дол. США);
- деревина та вироби з неї – 4,0% (141,3 млн. дол. США);
- механічне обладнання, машини, устаткування та механізми – 2,1% (74,3 млн. дол. США).

Аналіз структури двосторонньої торгівлі свідчить про зниження обсягу імпорту в Україну всіх основних груп товарів, що, ймовірно, пов'язано зі суттєвим збільшенням курсу долара США по відношенню до гривні, що створює певні труднощі для середніх і малих імпортерів та зниженням купівельної спроможності населення.

Збільшення експорту української продукції відбулося завдяки збільшенню обсягів поставок зернових культур у 3,5 рази, жирів та олій – на 41,6% та механічного обладнання, машин, устаткування – на 8,4%. При цьому відбулось зменшення поставок мінеральних продуктів – на 33,3% [4]. Варто зазначити, що Китай залишається одним із провідних покупців української соняшникової олії. Щороку Китай споживає близько 34 млн. тонн даного продукту, з яких 10 млн. тонн імпортується. Що стосується перспектив імпорту розглянутої продукції з України, то обсяги закупуваної олії зберуться приблизно на рівні 500-550 тис. тонн [1].

Слід зазначити, що за 2015 рік обсяги експорту продукції рослинного походження зросли у 3,5 рази, зокрема за рахунок збільшення обсягів поставок зернових, які склали понад 1 млрд. дол. США.

Інвестиційне співробітництво поки що не відповідає можливостям Китаю і потребам України. Нарощування обсягів імпорту з КНР не супроводжується активізацією інвестиційного співробітництва (0,48 % у загальному обсязі залучених прямих іноземних інвестицій), українські інвестиції в КНР також практично відсутні [4].

Співпраця України з КНР у галузі освіти, науки і техніки є одним з пріоритетних напрямів двосторонніх відносин. Головним органом її реалізації є Комісія зі співробітництва між Урядом України та Урядом КНР, яка створена у 2011 р., а також низка профільних підкомісій. Сьогодні перед країнами стоїть завдання посилити співпрацю у науково-технічній сфері – авіабудуванні, енергетичному машинобудуванні, виробництві обладнання для модернізації гірничо-металургійного комплексу та інших.

Між Україною та Китаєм реалізуються такі перспективні форми науково-технічної співпраці як українсько-китайські центри та технопарки: у м. Цзінань (провінція Шаньдун), у м. Харбін (провінція Хейлунцзян) та у м. Шанхай.

Перший Українсько-китайський парк високотехнологічного співробітництва було відкрито у м. Цзінань у листопаді 2002 р. Основною метою діяльності цієї структури є формування ефективного механізму для налагодження взаємовигідного трансферу високих технологій, спільної розробки науково-технічних проектів та їх впровадження у виробництво; створення спільних підприємств з реалізації наукоємної і високотехнологічної продукції.

У червні 2016 року в м. Харбін створено «Китайсько-український центр науково-технічного співробітництва», що являє собою платформу для наукового співробітництва за окремими напрямками, зокрема в сфері електрозварювання

У грудні 2015 р. Вінницьким національним технічним університетом спільно з китайським підприємством Шаньдун Вотсон Нова Енергія і технології Лтд (Shandong Votsen New Energy Technology Co., Ltd.) засновано Китайсько-український інноваційний центр у галузі розробки нових видів енергії та способів і технологій їх застосування. Основною метою діяльності центру є розробка та впровадження у виробництво нових видів накопичувачів енергії, у тому числі нового покоління твердотільних літєвих батарей, а також розробка стратегії маркетингу зазначених батарей. Перспективним напрямом дослідження в межах даного інноваційного центру є також розробка автомобілів, що працюють на нових джерелах енергії.

Загалом, можна зробити висновок про те, що українсько-китайські відносини розвиваються по висхідній і мають перспективи. Україна і Китай зацікавлені у налагодженні та подальшому розвитку взаємовигідних двосторонніх відносин. Економічні трансформації як у Китаї, так і в Україні, безсумнівно, створять сприятливі умови для подальшого розвитку економічного та науково-технічного співробітництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Лисенко В. Україна-Китай: підсумки-2014 і виклики-2015 <http://forbes.net.ua/ua/opinions/1385100-ukrayina-kitaj-pidsumki-2014-i-vikliki-2015>.
2. Політичні відносини між Україною та Китаєм <http://china.mfa.gov.ua/ua/ukraine-cn/diplomacy>.
3. <http://osvita.ua/vnz/reports/international-relations/19239/>.
4. <http://china.mfa.gov.ua/ua/ukraine-cn/trade>.
5. <http://china.mfa.gov.ua/ua/ukraine-cn/science>.
6. Etzkowitz, H. (2002), The Triple Helix of University-Industry-Government: Implications for Policy and Evaluation, Working Paper 2002: 11, Science Policy Institute.
7. Мороз, О. О. Інституціоналізація механізму управління інноваційним процесом /О. О. Мороз, І. В. Романець, Лю Ліцзянь Регіональна бізнес-економіка та управління : наук., вироб.-практ. журн. / Вінниц. фінанс.-екон. ун-т. Вінниця : Вінниц. фінанс.-екон. ун-т. 2015 - №2 (46). – с. 19-31.

Мороз Олена Омелянівна, д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Джокуш Тетяна Олександрівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Ліцзянь Лю, здобувач наукового ступеня кандидата економічних наук кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Moroz Olena O., Dr. Sc. (Econ.), Professor, Head of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnitsia National Technical University, Vinnitsia

Jockusch Tetiana O., Cand. Sc. (Econ.), Associate Professor of the Department of Finance and Innovative Management, Vinnitsia National Technical University, Vinnitsia

Lujiang L., postgraduate student, Vinnitsia National Technical University, Vinnitsia

ТРАНСКОРДОННЕ СПІВРОБІТНИЦТВО В КОНЦЕПЦІЇ ІНДУСТРІАЛЬНИХ ПАРКІВ В УКРАЇНІ

¹Вінницький національний технічний університет

²Вінницький державний педагогічний університет ім. М. Коцюбинського

Анотація

Проаналізовано стан реалізації концепції індустріальних парків в Україні; запропоновано використання системи моніторингу та системи оцінювання ефективності функціонування технологічних парків з використанням методу автоматизованого розрахунку інтегральних показників, в основу якого покладено систему збалансованих показників та вагових коефіцієнтів.

Ключові слова: транскордонне співробітництво, індустріальний парк, технологічний парк, науковий парк, технопаркові структури, ефективність технопаркових структур.

Abstract

The state of implementation of the concept of industrial parks in Ukraine are analyzed; the system for monitoring the results of activity and the method to determining the effectiveness of technology parks' activity using the method of automated calculation of integral indices has been suggested. A system of balance indices and weighting factors is used as a basis.

Keywords: cross-border cooperation, industrial park, technology park, science park, technology park structures, technology parks' effectiveness.

Вступ

Питання створення та забезпечення ефективності функціонування технопаркових структур в Україні не втрачає актуальності, оскільки реально діючої інноваційної інфраструктури в Україні так і не було створено за роки незалежності, а закордонні ефективні моделі залишаються нереалізованими. Зі створенням перших індустріальних парків актуалізується питання забезпечення їх ефективного функціонування.

Метою роботи є аналіз стану реалізації концепції індустріальних парків та визначення напрямків підвищення ефективності їх адміністрування.

Результати дослідження

І. Розвиток технологічних і наукових парків в Україні

Із 1999 року в Україні розбудовували декілька видів технопаркових структур, основними з яких були технологічні та наукові парки, які на законодавчому рівні в рамках національних програм могли розраховувати на певні преференції з боку держави та непряму державну підтримку. Бізнес-інкубатори, інноваційні центри, центри підтримки підприємництва, інші інноваційні структури та елементи інноваційної інфраструктури реальної державної підтримки навіть на реалізацію інноваційних проектів не одержували.

Внаслідок дії зовнішніх негативних політичних та адміністративних чинників технологічні парки так і не реалізували свій організаційний потенціал навіть у якості інноваційних структур. Крім того, вони так і не стали повноцінними елементами інноваційної інфраструктури та стимулами для зростання економіки регіонів (або так званими локомотивами чи «точками росту»). Суто технічно, остаточно технопарки знищило те, що законодавством про бюджет у 2011 році фактично скасовано спеціальний режим їх функціонування всупереч мораторію на погіршення умов функціонування технологічних парків та реалізації проектів технологічних парків, гарантованих законодавством про технологічні парки. У законодавстві про наукові парки в Україні концептуально відійшли від використання державних преференцій і частково реалізували модель парку як інноваційної інфраструктури із бізнес-інкубатором як ядром парку.

II. Індустріальні парки в Україні

Сучасним напрямом реалізації інноваційної політики є створення нової для України форми технопарку – індустріального парку.

Формування індустріальних парків розпочалося завдяки реалізації державної концепції індустріальних парків та прийняття у 2012 році Закону України «Про індустріальні парки» [1]. Цим Законом було враховано низку недоліків, притаманних законам про технологічні та наукові парки, що вже діяли на цей час, і які були виявлені внаслідок створення та функціонування технологічних і наукових парків в Україні з 1999 року, що зазначено у [2-5]. Так, реалізована в Україні концепція індустріального парку вирішує проблеми як використання земельних ділянок, так і участі держави у заснуванні та майні парку.

Згідно із [1] джерелами фінансування облаштування індустріального парку можуть бути кошти державного та місцевих бюджетів, виділені в порядку та обсягах, передбачених законодавством, кошти приватних інвесторів, у тому числі залучені за моделлю державно-приватного партнерства, залучені кошти, включаючи кредити банків та інших фінансово-кредитних установ, кошти з інших джерел, не заборонених законодавством.

«Індустріальний (промисловий) парк - визначена ініціатором створення індустріального парку відповідно до містобудівної документації облаштована відповідною інфраструктурою територія, у межах якої учасники індустріального парку можуть здійснювати господарську діяльність у сфері переробної промисловості, а також науково-дослідну діяльність, діяльність у сфері інформації і телекомунікацій на умовах, визначених цим Законом та договором про здійснення господарської діяльності у межах індустріального парку» [1].

Важливо відмітити, що принциповою відмінністю індустріального парку від зазначених вище технопаркових структур є наявність власних фізичних площ, у чинній редакції закону «земельної ділянки», на якій можуть бути розміщені як новобудови, так і так звані «довгобуди» та не використовувані з різних причин вже існуючі споруди та будівлі.

«Індустріальні (промислові) парки є юридично відокремленими цілісними земельними ділянками, призначеними для розміщення промислового виробництва. На них досить часто (але не обов'язково) поширюються спеціальні режими економічної діяльності, в окремих випадках - і особливий податковий режим, відмінний від загального»[6].

Міністерство економічного розвитку і торгівлі України визначено уповноваженим державним органом з формування та реалізації політики щодо створення та функціонування індустріальних парків.

Створені індустріальні парки відображені у державному реєстрі, згідно з яким із 03.02.2014 р. станом на кінець 2016 року в Україні створено 14 індустріальних парків із номінальним строком функціонування від 30 до 50 років.

Важливим чинником ефективності технопаркових структур є наявність потужного системоутворюючого компоненту, яким можуть бути як університет із науковим потенціалом, так і інноваційне підприємство, здатне залучити підприємницький та науковий потенціал та створювати горизонтальні та вертикальні інтеграційні комплекси та виступати для них потужною базою.

Зокрема, 10 червня 2016 року у Вінницькому індустріальному парку закладено символічний «перший камінь» заводу з виробництва холодильного устаткування, що має запрацювати з 2020 року. Ініціатором створення є Вінницька міська рада, форма власності комунальна, інженерні комунікації знаходяться у безпосередній близькості у відповідності зі світовими стандартами технопаркових структур [7].

III. Концепція індустріальних парків та транскордонне співробітництво

Законом України «Про індустріальні парки» передбачено можливість створення транскордонного індустріального парку, що в умовах глобалізації та поширення транскордонного співробітництва є досить актуальним.

Законом визначено, що «транскордонний індустріальний парк - індустріальний парк, що створюється і функціонує на підставі міжнародного договору України, який укладається між урядами держав або уповноваженими ними ініціаторами створення. Порядок створення і функціонування таких індустріальних парків регулюється міжнародними договорами України» [1].

Така форма відкриває широкі можливості для залучення іноземного капіталу для фінансування як інфраструктурних, так і інноваційних проектів.

IV. Проблеми та напрямки підвищення ефективності адміністрування та управління індустріальними парками в Україні

Попри важливість та прогресивність для українських реалій законодавчих змін у інноваційному законодавстві, вирішальним чинником для іноземного інвестора у довгостроковій перспективі буде все ж таки загальний інвестиційний клімат. Уся інноваційна інфраструктура та сприятливе середовище для венчурного бізнесу в окремих осередках, зокрема у спеціальних економічних зонах (СЕЗ), у тому числі технологічних, наукових та індустріальних парках, може лише тимчасово привабити венчурний капітал на час дії преференцій, зокрема, податкових пільг. Зрештою капітал виводитиметься із країни власниками у пошуках кращих умов, зокрема, стабільності, лояльності до інвесторів, спрощення бюрократичних процедур, прозорості ведення бізнесу та прийняття рішень державними органами національного та регіонального рівня.

Так, у [8] зазначено, що Україна у щорічному рейтингу DoingBusiness, який готує група Світового банку, Україна посідає 80-е місце в рейтингу простоти ведення бізнесу, який враховує показники ВВП, проведення реформ тощо. Зазначено також низку факторів, які іноземні інвестори вважають перешкодою для ведення бізнесу та інвестування в Україні. Серед основних опитані інвестори зазначають проблеми захисту прав власності; дозволи на тимчасове перебування в країні, які адмініструються неадекватно; забюрократизованість отримання дозволів на роботу; недосконалість валютного законодавства і, як наслідок, неможливість нормально репатріювати капітал; недосконалість системи адміністративних послуг та необхідність залучення місцевого посередника для вирішення питань із чиновниками та дозвільними структурами. Суттєвою перешкодою на думку опитаних є також низький рівень володіння англійською мовою резидентами та потенційними партнерами.

Крім того, А. Гальчинський вважає, що маркером сприятливості інноваційно-інвестиційного середовища для іноземних інвесторів, у першу чергу, є бажання чи небажання національних інвесторів вкладати капітал в економіку країни.

Ми вважаємо, що досвід адміністрування та управління технопарковими структурами в Україні та в світі свідчить про те, що ключем до забезпечення ефективності та доцільності державних преференцій, а також приватних інвестицій у об'єкти інноваційної інфраструктури будь-якого рівня має стати система моніторингу та оцінювання ефективності їх діяльності. Така система запропонована у [9] для технопаркових структур, придатна і для використання у індустріальних парках. Прозорість системи оцінювання крім підвищення ефективності участі держави у таких проектах забезпечить зниження соціальної напруги та спекуляцій навколо пільг та преференцій.

Висновки

Встановлено, що будь-яка інфраструктура, у тому числі найкраща інноваційна, побудована за передовими іноземними зразками, навіть за наявності кваліфікованого управління, не здатна підняти економіку регіону або країни, якщо загальний інноваційно-інвестиційний клімат в країні незадовільний.

Отже, ми вважаємо, що економіка України потребує масштабних інфраструктурних проектів, які б, з одного боку, спрямовували місцевий науковий, підприємницький потенціал у перспективні галузі, з іншого, створювали б відповідне інноваційне середовище для стартапів і сприяли б залученню іноземного капіталу та передового світового досвіду на науковій основі, що можливо із застосуванням принципів державно-приватного партнерства в рамках концепції індустріальних парків. Технопаркові структури, у т.ч. індустріальні парки, за умов відповідного адміністрування могли б сприяти реалізації трудового(зокрема, підприємницького та наукового) та промислового потенціалу регіону та залученню інвестицій у перспективні галузі.

Оцінку ефективності діяльності індустріальних парків доцільно проводити із використанням системи моніторингу та методичного підходу до визначення ефективності функціонування технологічних парків із використанням методу автоматизованого розрахунку інтегральних показників, в основу якого покладено систему збалансованих показників та вагових коефіцієнтів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Про індустріальні парки. / Закон України [Електронний ресурс]. Верховна Рада України. Закон від 04.07.2013 № 406-VII: поточна редакція станом на {Із змінами, внесеними згідно із Законами № 406-VII від 04.07.2013, ВВР, 2014, № 20-21, ст.712 № 818-VIII від 24.11.2015, ВВР, 2016, № 2, ст.16}. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5018-17>.
2. Мороз, О. О. Аналіз результатів діяльності технологічних парків в Україні/ О.О. Мороз, І.В. Романець // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2014. – №6. – С.69 – 75.

3. Романець, І. В. Удосконалення національної моделі технологічних парків України / І. В. Романець // Регіональна бізнес-економіка та управління: наук., вироб.-практ. журн./ Вінниц. фінанс.-екон. ун-т; 2013. – №3 (39). – с.31–38.
4. Романець, І. В. Удосконалення організаційно-економічного механізму управління технологічними парками в Україні / І. В. Романець // Регіональна бізнес-економіка та управління : наук., вироб.-практ. журн. / Вінниц. фінанс.-екон. ун-т. – Вінниця : Вінниц. фінанс.-екон. ун-т. – 2014. – №1 (41). – С.45 –53.
5. Мороз, О.О. Інституціоналізація механізму управління інноваційним процесом /О. О. Мороз, І. В. Романець, Лю Ліцзянь Регіональна бізнес-економіка та управління : наук., вироб.-практ. журн. / Вінниц. фінанс.-екон. ун-т. Вінниця : Вінниц. фінанс.-екон. ун-т. 2015 - №2 (46). – с.19-31.
6. Молдован О. Щодо механізмів запровадження індустриальних парків в Україні. Аналітична записка [Електронний ресурс] /О. Молдован // Національний інститут стратегічних досліджень. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/509>. - Назва з екрану.
7. Інформація про індустриальні (промислові) парки, включені до Реєстру індустриальних (промислових) парків [Електронний ресурс] // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. Департамент залучення інвестицій. – 17.02.2017 | 11:35 |. Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=b7c98e95-35ef-4e4b-a612-88a0404ac6d2&title=InformatsiiaProIndustrialni-promislovi-Parki-VkliucheniDoRestruIndustrialnikh-promislovikh-Parkiv>. – Назва з екрану.
8. Не як у людей: що в Україні заважає іноземним інвесторам [Електронний ресурс] // Forbes Україна. - 03.02.2017, 15.00. – Режим доступу: orbes.net.ua/ua/business/1427772-ne-yak-u-lyudej-shcho-v-ukrayini-zavazhae-inozemnim-investoram. – Назва з екрану.
9. 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 доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3486>. – Назва з екрану.

Романець Ірина Вікторівна — асистент кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, Вінниця

Ткачук Анастасія Павлівна — студентка групи ІПІ-156 факультет інформаційних технологій та комп'ютерної інженерії, Вінницький національний технічний університет, Вінниця

Неприцький Олександр Анатолійович—канд. іст. наук, доцент кафедри всесвітньої історії, Вінницький державний педагогічний університет ім. М. Коцюбинського, Вінниця

Romanets Irina V., tutor of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : romanets_i@mail.ru

Tkachuk Anastasiia P. — student of the Faculty of Information Technologies and Computer Engineering, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Nepriytskyi Oleksandr A.- PhD (in History), associate professor at the World history chair of Vinnytsya State Pedagogical University named after Mykhailo Kotsiubynsky, Vinnytsia

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

¹ Вінницький національний технічний університет

Анотація

Проведено узагальнення методології та визначено основні етапи комплексного аналізу фінансового стану підприємств. Виокремлено методологічні принципи та обґрунтовано необхідність проведення комплексного аналізу в сучасних умовах господарювання.

Ключові слова: фінансовий стан, оцінка фінансового стану, комплексний аналіз фінансового стану, методи комплексного аналізу.

Abstract

A generalization of the methodology and the main stages of a comprehensive financial analysis of enterprises. Thesis there is determined methodological principles and the necessity of the comprehensive analysis in the modern business environment.

Keywords: financial position, financial condition assessment, complex financial analysis, complex analysis methods.

Вступ

У ринкових умовах господарювання особливої важливості набуває комплексний аналіз фінансового стану підприємства. Для його визначення розроблено безліч методик поглибленого аналізу та експрес-аналізу, які ґрунтуються на використанні абсолютних та відносних показників. Такі методики надають можливість виявити проблемні напрями в діяльності підприємства і досліджувати причини, які їх зумовили, але не дають можливості зробити обґрунтовані висновки про його фінансовий стан в цілому.

Теоретичні дослідження в області аналізу фінансового положення підприємств різних форм власності та організаційно - правових форм функціонування були проведені провідними вітчизняними і зарубіжними економістами, такими як: П. А. Знахуренко, О. В. Кондратюк, О. С. Ключник, Н. Г. Мтеленко, О. Г. Піскунов, О. Л. Хотомлянський та інші.

Метою роботи є оцінка комплексного аналізу фінансово – господарської діяльності підприємства, сформулювати методологічні прийоми оцінки та обґрунтувати необхідність застосування комплексного підходу, застосувати різні підходи і методології оцінки фінансового стану підприємства.

Результати дослідження

Аналіз фінансового стану на підприємстві є одним з важливих елементів в системі управління і прийняття різноманітних господарських рішень. Вона становить інтерес для інвесторів, кредиторів, постачальників матеріально-технічних ресурсів, державних органів управління і виробничих менеджерів.

Комплексний аналіз фінансового стану підприємства передбачає визначення економічного потенціалу суб'єкта господарювання, що дає можливість забезпечити ідентифікацію його місця в економічному середовищі. Аналіз майнового і фінансово-економічного стану підприємства створює необхідну інформаційну базу для ухвалення управлінських і фінансових рішень щодо проблемних питань купівлі-продажу бізнесу, напрямів виробничого розвитку, залучення або здійснення інвестицій.

Комплексний аналіз господарської діяльності є її характеристикою, отриманою в результаті комплексного дослідження, тобто одночасного та узгодженого вивчення сукупності показників, що відображають всі аспекти господарських процесів, і містить узагальнені висновки про результати діяльності виробничого об'єкта на основі виявлення якісних і кількісних відмінностей від бази порівняння (плану, нормативів, попередніх періодів, досягнень на інших аналогічних об'єктах, інших можливих варіантах розвитку).

Слід зазначити, що фінансовий стан визначає місце підприємства в економічному середовищі, а також наскільки ефективними і без ризиковими можуть бути його ділові відносини з комерційними банками, постачальниками, потенційними інвесторами і позичальниками. Для підприємства, як і для його партнерів, представляє інтерес не тільки фактичний стан подій, тобто те, що було, але і очікуваний фінансовий стан. Разом з якісною ознакою «стійкий фінансовий стан» і бездоганною репутацією підприємства, необхідно мати науково обґрунтований комплексний узагальнюючий аналіз фінансового стану підприємства.

При проведенні аналізу фінансового стану підприємства слід вивчати значення отриманих в результаті аналізу фінансового стану показників, з точки зору відповідності їх фактичних значень нормативним для конкретного підприємства рівням, визначати фактори, що вплинули на величину показника в звітному періоді та здійснювати прогноз її величини на перспективу.

Проаналізувавши літературні джерела стосовно питання оцінки аналізу фінансового стану підприємств, можна визначити наступні методи його оцінки: коефіцієнтний; комплексний; інтегральний.

Коефіцієнтний метод передбачає розрахунок системи коефіцієнтів, що висвітлюють різні боки господарювання підприємства і враховують вплив як внутрішнього, так і зовнішнього середовищ на фінансовий стан підприємства.

Основними недоліками даного методу, що ускладнюють його застосування, є:

- досить складний процес формування результатів оцінки;
- відсутність нормативних значень більшості коефіцієнтів, що використовуються в процесі аналізу;
- ситуація, коли зміни величин коефіцієнтів у динаміці не можуть бути інтерпретовані належним чином, оскільки значення для розрахунку постійно змінюються у часі.

Комплексний метод дає змогу виявити ті напрямки в діяльності підприємства, в яких виникають проблеми, а також дає змогу досліджувати причини, що їх зумовили. Це є перевагою даного методу. Однак існують і недоліки. Як і попередній метод він є трудомістким та немає нормативних значень більшості коефіцієнтів.

Щодо інтегрального методу аналізу фінансового стану підприємства – то його слід використовувати тим підприємствам, які хочуть визначити свій фінансовий стан певним інтегральним показником. За допомогою даного методу розраховується інтегральний показник на базі узагальнюючих показників за рівнем платоспроможності, фінансової незалежності та якості активів підприємства. Перевагами даного методу є те, що сукупний (інтегральний) показник можна в будь-який момент доповнити будь-якою кількістю аналітичних напрямків та коефіцієнтів.

З метою достовірності оцінки фінансового стану підприємства доцільно використовувати коефіцієнтний або комплексний метод, адже вони є найбільш обширними і охоплюють всі сфери діяльності підприємства.

Діяльність підприємства характеризується сукупністю показників, які ієрархічно зв'язані між собою. Нижній рівень ієрархії – це прості показники, які безпосередньо можуть бути виміряні або розраховані і надані в абсолютному або відносному виразі. Підсумкові (блокові) оцінки характеризують певні сторони діяльності підприємства. Комплексна оцінка характеризує результати діяльності підприємства в цілому.

Підсумковий і комплексний аналіз отримують шляхом синтезу оцінок попереднього рівня ієрархії на підставі застосування різного роду середніх.

Можна виокремити основні етапи комплексного аналізу діяльності підприємства:

- Формування системи оцінних показників;
- Оцінка одиничних показників діяльності підприємства;
- Синтез одиничних оцінок для отримання комплексної оцінки діяльності.

Найпростішим методом оцінки певного фінансового коефіцієнта (одиничного показника) є його нормування, яке проводиться за формулою (1):

$$K_i = \frac{P_i}{P_{i \text{ норм.}}} \quad (1)$$

де K_i – нормований одиничний показник фінансового стану підприємства;

P_i – фактичне значення одиничного показника;

P_i норм – нормативне значення одиничного показника;

i – порядковий номер одиничного показника, фінансового коефіцієнта в блочній оцінці.

Ця формула може бути використаною, якщо для стійкого фінансового стану фактичне значення має перевищувати нормативне.

Якщо ж фактичне значення має бути нижчим за нормативне, формула має інший вигляд (2):

$$K_i = \frac{P_{i \text{ норм.}}}{P_i} \quad (2)$$

У разі, якщо коефіцієнт не має нормативного значення (наприклад, коефіцієнт оборотності обігового капіталу), нормування одиничного показника може здійснюватись на основі порівняння з найкращим значенням за досліджуваний період.

Підсумкова блочна оцінка з урахуванням ваги одиничних показників визначається за формулою (3):

$$K_j = \sum_{i=0}^n a_i \times K_i \quad (3)$$

де K_j – підсумкова блочна оцінка;

a – вагомість одиничного фінансового коефіцієнта в блочній оцінці;

n – кількість показників у межах блоку, що характеризує окрему сторону фінансового стану підприємства;

j – номер блоку у проведенні комплексної оцінки фінансового стану підприємства.

Для визначення інтегрального показника фінансового стану підприємства може використовуватися формула (4):

$$K_k = \sum_{i=0}^n \beta_j \times K_j \quad (4)$$

де K_k – інтегральний показник фінансового стану підприємства;

β_j – вагомість аналітичних блоків фінансового стану в комплексній оцінці;

m – кількість блоків оціночних показників.

Проведена даним методом оцінка фінансового стану дозволяє досить повно розкрити інформацію про становище підприємства в економічному середовищі.

Висновки

Отже, оцінивши комплексний аналіз фінансово – господарської діяльності підприємства сформовані методологічні прийоми оцінки та обґрунтовано необхідність застосування комплексного підходу. Застосувавши різні підходи і методології оцінки фінансового стану підприємства визначено такий метод оцінки, який дозволяє в повній мірі розкрити інформацію про становище підприємства в економічному середовищі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Піскунов О.Г. Еволюція підходів до комплексної оцінки фінансового стану підприємства / О.Г. Піскунов, Н.Г. Мтеленко, Т.П. Лободзинська // Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут" - 2009. - № 6. - С. 80-88.
2. Алексеев К.С. Методика аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства / К.С. Алексеев // Довідник економіста.- 2012. - № 1. - С.14-25: табл.
3. 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
4. Карпенко Г. В. Шляхи вдосконалення фінансового стану підприємства / Г. В. Карпенко //

Економіка держави. – 2010. - №1. – С. 61-62.

5. Ключник О.С. Вдосконалення комплексної оцінки фінансового стану підприємства / О.С. Ключник, О.В. Кондратюк // Науковий вісник Рівненського інституту ВНЗ "Відкритий міжнародний університет розвитку людини "Україна" - 2010. - № 1. - С. 120-127.

6. Піскунов О.Г. Еволюція підходів до комплексної оцінки фінансового стану підприємства / О.Г. Піскунов, Н.Г. Мтеленко, Т.П. Лободзинська // Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут" - 2009. - № 6. - С. 80-88.

7. Хотомлянський О. Л. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства / О. Л. Хотомлянський, П. А. Знахуренко // Фінанси України. – 2007. – № 1. – С. 111–117.

Анжеліка Володимирівна Солодка – студентка групи МОф-15мс, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: lika.khrypun@mail.ru

Науковий керівник: **Василь Григорович Фурик** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет.

Angelika V. Solodka - student MOF-15ms, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: lika.khrypun@mail.ru

Supervisor: **Vasily G. Furyk** - PhD, assistant professor of finance and innovation management, Vinnytsia National Technical University.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СУДОВОГО КОНТРОЛЮ ЗА ДІЯЛЬНІСТЮ ПУБЛІЧНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ

¹ Вінницький національний технічний університет;

² Лубенський міський районний суд Полтавської області

Анотація

Розроблено рекомендації щодо підвищення судового контролю за діяльністю публічної адміністрації.

Ключові слова: судовий контроль, публічна адміністрація, адміністративний суд, ефективність.

Abstract

Recommendations for improving the effectiveness of the judicial control over the public administration activities are developed.

Keywords: judicial control, public administration, administrative court, efficiency.

На сьогодні в Україні практично завершено формування основних інститутів публічної адміністрації, якими є органи та інституції, що підпорядковуються політичній владі, метою діяльності яких є забезпечення виконання закону, а також інших публічно-управлінських функцій. В Україні функціонують органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, а також інші суб'єкти, наділені владними управлінськими функціями.

Разом із тим, сучасний стан публічної адміністрації не відповідає європейським стандартам належного врядування. Слід зазначити, що публічна адміністрація залишається: неефективною; надмірно централізованою; корупційною; відокремленою від суспільства; громіздкою. Отже, актуальним є питання вдосконалення публічної адміністрації з метою забезпечення її ефективного функціонування. Одним із шляхів досягнення зазначеної мети є забезпечення зовнішнього контролю за діяльністю публічної адміністрації, зокрема, судового контролю.

До вересня 2005 року в Україні судовий контроль за діяльністю публічної адміністрації забезпечували суди загальної юрисдикції та спеціалізовані господарські суди. Поряд з іншими справами (в яких вирішувалися спори приватноправового характеру, кримінальні справи, справи про накладення адміністративних стягнень) судами вирішувалися питання законності рішень податкових органів про стягнення недоїмки зі сплати податків, рішень органів місцевої влади щодо розпорядження комунальною власністю, рішень Пенсійного фонду України в частині правильності нарахування та виплати пенсій тощо. Основним недоліком такого судового контролю було те, що цивільно-процесуальні та господарсько-процесуальні норми сформовані, виходячи з принципу рівності учасників судового процесу у приватних відносинах, а отже обов'язок доведення в цих процесах лежить на кожному учаснику спору. Разом з тим, публічно-правові спори виникають у суспільних відносинах, учасники яких перебувають в нерівних умовах, оскільки в них приватній особі протистоїть орган публічної адміністрації.

Такі обставини стали причиною розвитку судового контролю над публічною адміністрацією в напрямку створення системи адміністративних судів з принципово новим підходом до вирішення спорів у публічно-правових відносинах, зокрема, покладанням на суд обов'язку вчинення всіх необхідних дій, в тому числі і з власної ініціативи, для з'ясування всіх обставин у справі і максимального захисту приватної особи.

Віддаючи належне існуючим науковим напрацюванням, слід наголосити на наявності низки неврегульованих питань, зокрема проблеми завантаженості адміністративних судів; визначення юрисдикції адміністративного суду; застосування Кодексу адміністративного судочинства України, що містить у собі колізійні норми, та забезпечення участі громадськості в судовому контролі за діяльністю публічної адміністрації; відсутності теоретичної концепції, в якій було б закладено

перспективи правового забезпечення судового контролю за діяльністю публічної адміністрації.

Зазначені обставини зумовили необхідність дослідження правової природи публічної адміністрації та судового контролю за її діяльністю, аналізу реалізації принципу інстанційності в системі адміністративних судів, обґрунтування концептуальних засад участі громадськості в судовому процесі, підвищення ефективності судового контролю за діяльністю публічної адміністрації шляхом розробки на основі чинного законодавства України й практики його реалізації пропозицій щодо вдосконалення відповідних правових норм.

Аналіз функціонування судової системи України свідчить про існування проблеми відсутності механізму вирішення юрисдикційних спорів. На підставі досвіду французької судової системи, авторами розроблено механізм вирішення юрисдикційних спорів шляхом введення окремого провадження з розгляду справ щодо юрисдикції, в якому учасники судового процесу та судді на різних стадіях судового розгляду справи мають змогу визначитися в питанні юрисдикції суду щодо розгляду справи.

Аналіз статистичних даних щодо розгляду адміністративними судами справ свідчить, що на сьогоднішній день в системі адміністративних судів України гостро стоїть проблема завантаженості судів. Протягом п'яти років кількість справ, що надійшли на розгляд адміністративних судів, збільшилася більше, ніж у 15 разів. Подальше зростання кількості справ, які надходять на розгляд адміністративних судів, призведе до погіршення якості розгляду справ та порушень норм процесуального права в частині дотримання строків розгляду справ, що ставить під сумнів ефективність діяльності системи адміністративних судів України. Шляхами подолання проблеми завантаженості адміністративних судів є виділення «соціальних справ» з переліку справ, які розглядаються адміністративними судами, та створення триланкової системи судів для розгляду вказаної категорії справ; запровадження обов'язкового досудового врегулювання спору в сфері публічно-правових відносин; введення принципу індивідуальності судового захисту, який дозволить суду на стадії відкриття провадження у справі здійснювати перевірку того чи порушене право позивача у спірних правовідносинах; зменшення строку звернення до адміністративного суду до одного місяця.

З метою підвищення ефективності роботи адміністративних судів пропонується створити умови для участі громадськості у судовому контролі за діяльністю публічної адміністрації в Україні. Правовим підґрунтям участі громадян у судовому контролі за діяльністю публічної адміністрації в Україні є принципи адміністративного судочинства: верховенства права, законності, рівності усіх учасників адміністративного процесу перед законом і судом, змагальності, офіційного з'ясування обставин у справі, гласності і відкритості судового процесу, забезпечення апеляційного та касаційного оскаржень рішень адміністративного суду. Пропонуємо виділяти загальні та спеціальні форми участі громадськості в судовому контролі за діяльністю публічної адміністрації в Україні. До спеціальних відносять: моніторинг судових рішень; участь у відкритих судових засіданнях; оскарження рішень, дій чи бездіяльності органів публічної адміністрації відповідними суб'єктами громадського контролю до адміністративного, а також право оскарження судового рішення адміністративного суду до судів вищої інстанції; контроль за порядком виконання судового рішення та здійснення оскарження протиправних дій під час виконавчого провадження. На нашу думку, недопустимою є форма участі громадян у судовому контролі за діяльністю публічної адміністрації шляхом винесення на громадські слухання судового рішення. Між тим, для вирішення проблеми неналежного нормативного регулювання участі громадян у судовому контролі за діяльністю публічної адміністрації в Україні необхідним є прийняття єдиного закону з питання здійснення громадського контролю в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Даценко В. М. Проблема завантаженості адміністративних судів та шляхи її подолання / В. М. Даценко // *Правова держава*. – 2013. – № 16. – С. 232–239.
2. Даценко В. М. Проблемні аспекти визначення юрисдикції адміністративного суду / В. М. Даценко // *Правова держава*. – 2012. – № 15. – С. 298–303.

Тетяна Миколаївна Білоконь — канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, e-mail: tm.bilokon@gmail.com

Даценко Василь Миколайович — канд. юрид. наук, суддя, Лубенський міськрайонний суд Полтавської області

Tetiana M. Bilokon — Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor, Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Vasyl M. Datsenko — Cand. Sc. (Legal), Judge, Lubny Court in Poltava region, Lubny

ІНСТИТУЦІЙНІ ДИСФУНКЦІЇ У СФЕРІ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЮ ПРОДУКЦІЄЮ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто деякі проблемні аспекти інституційного характеру у сфері зовнішньої торгівлі сільськогосподарською продукцією. На основі емпіричного масиву даних проаналізовано основні загрози державного регулювання у сфері зовнішньої торгівлі горіхами волоськими. Акцентовано увагу на інституційній складовій неспостережуваних процесів. Запропоновано посилити відповідальності за економічні правопорушення.

Ключові слова: інститут, аграрна сфера, підприємство, державне регулювання, податки.

Annotation

We consider some aspects of the institutional problems in foreign trade in agricultural products. Based on empirical data set analyzed the main threats to state regulation of foreign trade walnut. The attention to institutional component of unobservable processes. Proposed to strengthen the responsibility for economic crimes.

Keywords: institute, agriculture, enterprise, government regulation, taxes.

Україна обрала ринкову модель економіки. Між тим декларація намірів ринкових змін – не гарантія ані їх швидкого впровадження, ані правильності їх функціонування. Сьогодні стає зрозумілим те, що реформування неможливо було провести швидкими темпами, і воно неминуче повинно було наштовхнутися на проблеми організаційного характеру (відсутність фінансових ресурсів, ринкових структур, дієвої системи регулювання та ін.). Саме тому, нині вже важко уявити розвиток ринкової економіки в Україні без соціально-економічних дисфункцій. Досвід свідчить, що спрощене розуміння сутності економічних перетворень, на фоні активної трансформації агентів ринку із пасивних об'єктів в активних суб'єктів господарювання породили одну із основних проблем незбалансованості та нерозвиненості ринкової економіки – неспостережувані економічні процеси. Особливе занепокоєння та насторогу ці процеси викликають у вітчизняній аграрній сфері. Зважаючи на це, важливими стають такі ключові питання – визначення основних причин девіантної поведінки суб'єктів господарювання в аграрній економіці, а також розробка механізму економічного та адміністративного примушення щодо їх відмови від участі в неспостережуваних економічних процесах.

Не підлягає сумніву те, що вагомий внесок в дослідження проблем державного регулювання економіки здійснили В. І Авдійський [1], Т. К. Бекжанова [2], О. О. Бренделева [3], В. В. Криворотов [4], Ю. В. Латов [5] та ін. Саме цими авторами було розкрито глибинні зв'язки сучасних взаємовідносин між органами влади та бізнесом в контексті побудови ефективних моделей державного регулювання. Безперечно, не можна заперечувати той факт, що ці автори провели фундаментальні теоретичні дослідження і внесли значний вклад у розвиток організації державного регулювання. Між тим, економіка не стоїть на місці, а вимагає від нас, як то кажуть, «йти у ногу з часом», тобто відповідати на складний спектр викликів, що проявляються у вигляді неспостережуваних економічних процесів, які нам підносить практика реального господарювання. Осмислення їх змісту та пошук шляхів ефективного регулювання та / або ліквідація таких процесів вимагають від нас проведення нових якісних досліджень у цьому напрямку.

Слід також відзначити, що складнощам проведення якісних досліджень щодо функціонування неспостережуваних економічних процесів додає і та обставина, що більша частина науковців уникає, в силу різних причин, аналізу фактичного матеріалу, а натомість намагається обходитися оцінюванням абстрактних, а іноді і поспіхом довільно сконструйованих моделей та / або схем. Саме

такі дослідження утворюють теоретичну основу вивчення неспостережуваної економіки в Україні. Безумовно, аналіз неспостережуваних явищ в економіці має право базуватися на основі логічних умовиводів, але потрібно пам'ятати, що за таких умов він ніколи не буде виступати важливим фактором наукового світогляду, оскільки все ж таки залишатиметься неповноцінним, тобто відірваним від реальної практики господарювання.

Необхідно визнати, що державне регулювання аграрного сектору, як і будь-яка інша сфера суспільних відносин, потребує вдосконалення. Більше того, складається враження, що ці процеси економічних деформацій стають своєрідним атрибутом сільського господарства, а тому задачі щодо їх викорінювання є досить складними та багатоаспектними.

Комплекс нагальних дисфункцій досить показово проглядається на ринку горіхів волоських. Саме тому, нами було проаналізована діяльність основних агентів ринку Вінниччини, що займалися експортом горіхів волоських у 2015-2016 рр. Саме в цей період на Вінниччині активно відбувалися різноманітні інституційні конфлікти між агентами ринку та владою. Ці деструктивні процеси сприяли тому, що найбільші експортери горіхів перейшли на податковий облік в інші регіони України. Так, наприклад, ТОВ "Віта-Нут", ТОВ "Хризантема", ТОВ "Доміно-16", ТОВ "Фармтрейдингінвест", ТОВ "Укрторгплюс" перейшли на податковий облік у м. Київ. Інші агенти ринку, такі як ТОВ "ТРЦ Бійці АТО" та ТОВ "ТРЦ Бійці АТО-1" поступили на податковий облік в Дніпропетровську область.

Необхідно відзначити, що антагоністичне відношення влади щодо діяльності підприємств-експортерів горіхів активно проглядалося на протязі 2015-2016 рр. В цей час на Вінниччині було порушено щонайменше 5 кримінальних проваджень, проведено ряд обшуків, на яких вилучався товар – горіхи волоські загальною масою близько 200 т на загальну суму майже 19,9 млн. грн. Соціально-економічне напруження набуло такого розмаху, що під кінець 2016 р. експортом горіхів волоських серед суб'єктів господарювання, котрі знаходилися на податковому обліку у Вінницькій області, займалися лише поодинокі суб'єкти господарювання, такі як ТОВ "Агронутс", ТОВ "Омега Плюс" (до речі, єдиний експортер горіхів на грудень 2016 р.). Отож, як видно, безпосередні та потенційні втрати бюджету від подібної конфліктності є досить суттєвими.

Таким чином, ситуація на ринку горіхів свідчить про наявність серйозних дисбалансів в даному секторі економіки. Звідси тематика причин проблем та можливостей їхнього вирішення об'єктивно вимагає окремого дослідження, адже "втеча" бізнесу в інші регіони свідчить про те, що на формування економічної категорії "вільний ринок" суттєво впливають конкретні інституційні особливості економічного простору даного регіону.

Важливо відзначити, що однією із основних потенційних загроз, котрі може спричинити експортер горіхів інтересам держави, є неповернення або порушення строків повернення валютної виручки. Наприклад, ТОВ "Експолайт", яке було зареєстроване у м. Вінниці, неодноразово порушувало законодавчо встановлені строки розрахунків у сфері зовнішньоекономічної діяльності під час проведення експортних операцій з продажу горіха волоського нерезидентам. Так, лише у 2015 р. ТОВ "Експолайт" експортувало товару: на суму більше 182 тис. дол. США. суб'єкту господарювання LLC "Kiteks", Pulkveza Brieza, Riga / Latvia ; на суму близько 215 тис. дол. США. "Heraty Group for Trading & Industery Talet EI Qentaery", Lebanon ; на суму близько 103 тис. дол. США. нерезиденту "Spirit Trade Limited", Hong Kong в особі представника фірми нерезидента, при цьому одержувачем товару був агент ринку – "Sahra Ranan Int. Transport co." Julfa, Iran. В усіх випадках під час проведення розрахунків спостерігалися порушення щодо строків надходження валютної виручки в Україну.

Загальновідомо, що відповідно до вимог ст. 1 ЗУ "Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті" (із змінами та доповненнями) від 23.09.1994 р. № 185/94-ВР, передбачено, що "...виручка резидентів у іноземній валюті підлягає зарахуванню на їх валютні рахунки в уповноважених банках у строки виплати заборгованостей, зазначені в контрактах, але не пізніше 180 календарних днів з дати митного оформлення (виписки вивізної вантажної митної декларації) продукції, що експортується, а в разі експорту робіт (послуг), прав інтелектуальної власності – з моменту підписання акта або іншого документа, що засвідчує виконання робіт, надання послуг, експорт прав інтелектуальної власності" [6]. Однак у зв'язку із тим, що Національний банк України (НБУ) має право тимчасово встановлювати інші строки повернення іноземної валюти в Україну, то на підставі п. 1 Постанови Правління НБУ "Про врегулювання ситуації на грошово-кредитному та валютному ринках України" від 03.06.2015 р. № 354, розрахунки за операціями з експорту горіхів, здійснюються у строк, що не може перевищувати 90 календарних днів. Отож, як наслідок за

підприємством ТОВ "Експолайт" рахувалась прострочена дебіторська заборгованість. При цьому вищий менеджмент підприємства з заявою до судових органів щодо стягнення з нерезидентів заборгованих коштів у встановлені строки не звертався

Слід відзначити також і те, що керівництво ТОВ "Експолайт" не повідомляло вчасно органам влади (органам НБУ, органам стягнення) стосовно неповернення валютних цінностей, які належать резиденту України і знаходяться за її межами. Таким чином, зі сторони підприємства відбулося порушення вимог ст. 1 Указу Президента України "Про невідкладні заходи щодо повернення в Україну валютних цінностей, що незаконно знаходяться за її межами" (зі змінами та доповненнями) від 18.06.1994 р. № 319/94.

Справедливо відзначити, що декларування боротьби з неспостережуваною економікою проглядається в багатьох сучасних нормативно-правових документах, наприклад, Постанова Кабінету Міністрів України і Національного банку України "Про затвердження плану заходів на 2016 рік із запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення" від 11.02.2016 р. № 103; Наказ Державної фіскальної служби України від 30.11.2015 р. № 957 операція "Рубіж – 2016" та ін.

Тому виникають питання: чому ж і досі не вирішені проблеми щодо експорту горіхів волоських? Чому суб'єкти господарювання продовжують проводити по суті опортуністичну модель економічної поведінки під час валютних операцій? Ці питання не знаходять належної відповіді, а іноді складається враження, що вони навіть не задаються, тим часом як інтересам держави завдаються колосальні економічні збитки. Подібні протиріччя – реальність нашої економіки.

На нашу думку, причини економічних дисфункцій полягають в абсурдності діючого законодавства щодо регулювання експорту горіхів волоських. Так, аналіз практики експорту горіхів показав, що органам влади необхідно терміново запровадити ліцензування на експорт горіхів волоських і при цьому вимагати обов'язкову 100 % попередню плату за продукцію, що поставляється за кордон. Також слід розробити і запровадити механізм контролю за господарськими операціями та рухом коштів під час закуповування горіхів волоських у фізичних осіб. При цьому надання таких ліцензій повинно бути можливим лише тим суб'єктам господарювання, які зможуть документально підтвердити факт проведення операцій. Це дозволить не лише контролювати вітчизняних агентів ринку стосовно легалізації готівкових коштів, а й створить необхідні умови для належної сплати податку на доходи фізичних осіб до місцевих бюджетів. Як бачимо, "рецепт" економічного регулювання досить простий і, як вважаємо, логічний. Інша справа, що ліквідація такої лазівки може мати негативні економічні наслідки для тіньових агентів ринку.

Безперечно тут може виникати питання: чи не будуть ці заходи відлякувати потенційних покупців-нерезидентів? Для відповіді на це запитання, потрібно визначити, які саме мотиви економічної поведінки будуть ними переслідуватися. Переконані, що якщо нерезидент-покупець не буде проводити деструктивну поведінку, а зацікавлений у чесній співпраці, то йому побоюватися немає чого, оскільки ризики втрати його коштів можна унеможливити. Наприклад, запровадивши порядок при якому суми коштів нерезидента будуть зараховуватися на спеціальний рахунок уповноваженого банку вітчизняного агента ринку, але повне розпорядження ними буде можливе, лише при відсутності претензій зі сторони нерезидента стосовно виконання зовнішньоекономічного контракту.

Існуючий досвід показав, що плюралізм у законодавстві яке регулює економічні відносини та відповідальність агентів ринку, створює часто умови, коли суб'єкти господарювання мають можливість проводити рентоорієнтовану поведінку під час експорту горіхів волоських. При цьому вищий менеджмент підприємств-експортерів, на нашу думку, не може не усвідомлювати того, що здійснити повноцінну перевірку діяльності підприємства органи влади не в змозі. Наприклад, потужним експортерами горіхів волоських на Вінниччині були підприємства: 1) ТОВ "Трудово – реабілітаційний центр бійців АТО", яке лише на протязі жовтня – листопада 2015 р. здійснило експорт горіхів волоських на загальну вартість близько 5,9 млн. дол. США; 2) ТОВ "Трудово-Реабілітаційний центр воїнів АТО" на протязі листопада – грудня місяця 2015 р. здійснило експорт волоських горіхів загальною вартістю близько 2,9 млн. дол. США; 3) ТОВ "Трудово-Реабілітаційний центр Бійців АТО – 1" лише на протязі грудня 2015 р. здійснило експорт горіхів на суму близько 1,5 млн. дол. США.

Слід відзначити, що ці підприємства, здійснюючи активну господарську діяльність, враховуючи дати реєстрації товариств, цілком законно не надавали органам стягнення декларації про отримання прибутку. Більше того, органи влади відповідно до обмежень, що визначені вимогами п. 3 Прикінцевих положень ЗУ "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи" від 28.12.2014 р. № 71-VII, були позбавлені можливості здійснювати перевірку цих суб'єктів господарювання під час реалізації зовнішньоекономічних угод. Проведення документальних перевірок було можливе лише при умові порушення кримінального провадження.

Можна стверджувати, що ситуація щодо експорту горіхів на Вінниччині у 2015-2016 рр. почала набувати драматичного характеру. Так, деякі агенти ринку намагалися звинуватити окремих представників органів влади у проведенні перешкод (до речі, були навіть кримінальні провадження) під час митного оформлення горіхів волоських. Паралельно із цим відбувалися звернення народних депутатів до правоохоронних органів щодо з'ясування причин конфліктних перевірок суб'єктів господарювання під час експорту горіхів у Вінницькій області (наприклад, депутатське звернення від 10.12.2015 р. № 337-02-313).

Цілком зрозуміло, що в умовах ринкової економіки існує потенційна загроза використання адміністративних бар'єрів влади під час проведення експорту горіхів, яку найчастіше пов'язують із явищем корупції. Разом з тим, ми так само чітко усвідомлюємо і те, що ажіотаж навколо утискання інтересів бізнесу може бути штучно використаний як інструмент – "ширма" для деструктивно налаштованих агентів ринку, які, здійснюючи суспільний резонанс, намагаються отримати унікальні конкурентні переваги за рахунок явно неринкових факторів.

Переконані, що побудова цивілізованого ринку можлива лише при умові припинення пошуку апологічних аргументів як приводу для захисту лібералізації законодавства. Без створення відповідного інституційного середовища перманентні соціально-економічні дисфункції ставатимуть скоріше постійним явищем аніж виключенням. І ось який простий аргумент: у Донецькій області в 2015 р. було порушено кримінальне провадження за ч. 3 ст. 212, 227 Кримінального кодексу України за фактом створення групою нествановлених осіб протиправної схеми ухилення від сплати податків в особливо великих розмірах із використанням нібито підприємств ТОВ "Агросервіс ОПТ" ТОВ "Розумні Ігри" та ін. Важливо відзначити, що відповідно до норм діючого законодавства, ніхто не може бути визнаний винним та / або покараним без вироку суду. Разом з тим цікавим є те, що у січні 2016 р. ТОВ "Агросервіс ОПТ" здійснило митне оформлення на Вінницькій митниці товару – "горіхи волоські в шкарлупі" обсягом близько 20,8 т на суму майже 1 млн. грн. Проте, під час митного оформлення горіхів волоських вищий менеджмент ТОВ "Агросервіс ОПТ" здійснив заяву щодо відкликання електронної митної декларації. Посадові особи митниці, у свою чергу, цілком законно, керуючись Митним кодексом України дозволили відкликати цю декларацію і, як наслідок, товар було вивезено за територію зони митного контролю. Надалі вже у лютому 2016 р. представники органів влади проводили процесуальні дії щодо цього товару, але вже у м. Одеса. Тому варто визнати, що подібні явища об'єктивно викликають розходження у розумінні сутності державного регулювання та контролю, а тому потребують критичного осмислення та аналізу. Очевидно і те, що за таких умов виникає необхідність перегляду підходів роботи системи органів влади, а також зростає необхідність забезпечення дієвого контролю за доцільністю витрачання бюджетних коштів на пошук економічних порушників законодавства.

Аналіз накопиченого матеріалу із проблем експорту горіхів волоських призводить нас до висновку, що органи влади позбавлені ефективних інструментів перевірки легітимності фірм-нерезидентів, а відтак не володіють інформацією стосовно правомірності формування складу валових витрат вітчизняними суб'єктами господарювання і, як наслідок, не можуть проводити належний контроль щодо повноти нарахування та сплати обов'язкових платежів (податків, зборів та ін.) до бюджетів різних рівнів.

З метою наочного переконання щодо наявності таких інформаційних дисфункцій, відзначимо хоча б окремі із них. Для цього візьмемо, наприклад особливості дії Наказу "Про затвердження Інструкції про порядок використання правоохоронними органами можливостей НЦБ Інтерполу в Україні у попередженні, розкритті та розслідуванні злочинів" № 3/1/2/5/2/2 від 09.01.1997 р., на підставі якого часто проводяться перевірки реєстраційних даних нерезидентів. Хотілося б відзначити, що у 2015-2016 рр. органи оперативного управління бюджетними коштами у Вінницькій області активно перевіряли дані нерезидентів, які здійснювали закупівлю горіхів волоських шляхом

використання Інтерполу. Географія агентів ринку, реєстраційні дані яких перевірялися, представляється більш ніж значною: "Svet orechov SRO" (Trnava, Slovakia), "Latef Aziz"(Sulaymaniyah, Iraq), "Karakurt kimya Mustafa Ugur Karakurt"(Istanbul, Turkey), "Rani Khatib"(Damascus, Syria), "Jahan rakhsh co."(Bazergan, Iran) та ін. Неважко помітити, що досить часто покупці-нерезиденти знаходяться в політично нестабільних регіонах, а це, у свою чергу, неминуче створює ризики під час проведення експорту.

Іншим способом отримання інформації щодо діяльності нерезидентів є запити до органів влади тих країн, де вони зареєстровані. Так, наприклад, у 2016 р. було зареєстроване кримінальне провадження за ст. 366 Кримінального кодексу України відносно вищого менеджменту ТОВ "Експолайт", яке здійснювало експорт горіхів волоських у 2015 р. по контракту укладеному із нерезидентом LLC "Kiteks" (Латвійська Республіка). Між тим органи влади Латвії встановили, що ніяких поставок горіхів від українського суб'єкта господарювання не відбувалося. Більш того, керівництво LLC "Kiteks" стверджувало, що не мало будь-яких ділових відносин з ТОВ "Експолайт", тобто зовнішньоекономічні угоди щодо купівлі горіхів воно не укладало. Хотілося б відзначити і те, що у 2016 р. влада Латвійської Республіки не підтвердила фінансово-економічні взаємовідносини між LLC "Kiteks" і з іншими найбільшими експортерами горіхів на Вінниччині, а саме: ТОВ "ТРЦ Воїнів АТО", ТОВ "Віта-Нут" та ТОВ "ТРЦ Бійців АТО". Отож, дивно, але міжнародні контракти щодо здійснення експорту горіхів волоських підприємству-нерезиденту LLC "Kiteks" мають ознаки підробки. За умов, що склалися, важливим є встановлення винних осіб та притягнення їх до відповідальності. У цій ситуації важко робити поспішні висновки стосовно вини, оскільки представники українського бізнесу можуть виступати як порушниками законодавства, так і жертвами невідомих агентів з іноземної країни. Безумовно, що вину може довести лише суд. Проте, очевидним є те, що українська влада в будь-якому варіанті розвитку цієї ситуації несе транзакційні витрати внаслідок відсутності належної інформації, яка б дозволяла контролювати перебіг подібних угод. Все це має негативні суспільні наслідки.

В умовах, що склалися, важко знайти аргументи і щодо об'єктивності проведення в Україні декриміналізації контрабанди товарів. Нагадаємо, що відповідно до ЗУ "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо гуманізації відповідальності за правопорушення у сфері господарської діяльності" від 15.11.2011 р. № 4025-VI контрабанду товарів "прибрали" з Кримінального кодексу України. І хоча влада змінюється, проте, як бачимо, єдність та погляди політико-економічного істеблїшменту стосовно питання покарання за контрабанду вже тривалий час залишаються незмінними. Логіка "гуманізації" залишається загадковою.

Отож, вважаємо, що процеси посилення мотивації щодо порушення під час експорту можна зупинити лише жорстким законодавством у поєднанні з відповідними інституційними змінами. На нашу думку, якщо не внести відповідні радикальні зміни до нормативно-правової бази, то негативні наслідки від подібних та інших за принциповим змістом неспостережуваних економічних процесів будуть лише зростати. Безперечно, ми розуміємо, що значення таких змін дещо двояке. З одного боку, зростає відповідальність і створюються загрози для сумлінних платників податків у разі їхнього безпідставного звинувачення окремими корумпованими представниками правоохоронних органів, але з іншої сторони, це створить умови для зменшення проявів нелегального збагачення за рахунок інтересів соціуму.

Неспостережувані економічні процеси є невід'ємними іманентними факторами ринкової економіки. Будемо сподіватися, що економічні втрати соціуму врешті-решт призведуть владу до "інституційного протверезіння" – і гуманізація щодо економічних злочинів припиниться. Натомість нині практика господарювання свідчить про інше, незважаючи на серйозні економічні загрози, "похмільне запаморочення" влади, що проявляється у вигляді процесів економічної декриміналізації продовжується. Утопічно розраховувати, що агенти ринку самостійно відмовляться від економічних зловживань та стануть на шлях соціальної відповідальності. Очевидно також і те, що за таких умов наша економіка ще довго не зможе "стояти твердо на ногах".

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Авдийский В. И. Теневая экономика и экономическая безопасность государства : учеб. пособие / В. И. Авдийский, В. А. Дадалко. – 2-е изд., доп. – М. : Альфа-М : Инфра-М, 2010. – 496 с.

2. Бекжанова Т. К. Исследование проблем измерения теневой экономики (на примере Казахстана) / Т. К. Бекжанова. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 139 с.
3. Бренделева Е. А. Неоинституциональная экономическая теория : учеб. пособие / Е. А. Бренделева. – М. : Дело и Сервис, 2006. – 352 с.
4. Криворотов В. В. Экономическая безопасность государства и регионов : учебное пособие / В. В. Криворотов, А. В. Калина, Н. Д. Эриашвили. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 351 с.
5. Латов Ю. В. Теневая экономика: учеб. пособие для вузов / Ю. В. Латов, С. Н. Ковалев ; под ред.: В. Я. Кикотя, Г. М. Казиахмедова. – М. : Норма, 2006. – 336 с.
6. Закон України "Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті" від 23.09.1994 р. № 185/94-ВР (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]: Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/185/94-%D0%B2%D1%80>.

СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ «КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ» ТА ЙОГО РОЛЬ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

¹ Вінницький національний технічний університет

Анотація

У даній статті досліджено категорію поняття «кадровий потенціал», представлено трактування даної категорії вітчизняними та зарубіжними науковцями. Розкрито економічну сутність категорії «кадровий потенціал підприємства», наведено різні підходи до виділення його основних складових елементів. Проведено аналіз особливостей кадрового потенціалу підприємства в залежності від стадії життєвого циклу підприємства. Розглянуто роль управління кадровим потенціалом підприємства у забезпеченні його конкурентоспроможності.

Ключові слова: кадровий потенціал, конкурентоспроможність підприємства, трудовий потенціал, компоненти кадрового потенціалу, управління кадровим потенціалом підприємства.

Abstract

In this article was explored the category of the concept of "human resource potential", presented an interpretation of this category by the domestic and foreign scholars. Revealed the economic essence of the category "human resource potential of enterprise", and submitted the different approaches to its main components. Analyzed the peculiarities of company's human resource potential depending on the stage of its life cycle. Considered the role of company's human resources potential management in ensuring the competitiveness of enterprise.

Key words: human resource potential, competitiveness of enterprise, labor potential, components of human resource potential, human resource potential management of enterprise.

Вступ

Підвищення ефективності роботи персоналу було і залишається актуальною проблемою для будь-якого підприємства. Ефективність формування і використання кадрового потенціалу набуває все більш важливого значення як фактор підвищення конкурентоспроможності та довгострокового розвитку.

Метою роботи є обґрунтування теоретичних і методичних підходів до дослідження кадрового потенціалу підприємства, як невід'ємної складової для забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Результати дослідження

Виникнення поняття «кадровий потенціал» пов'язане з посиленням ролі людського чинника в діяльності підприємства. Це поняття економісти і соціологи застосовують сьогодні для характеристики терміну «людський чинник» в об'ємному вираженні як в масштабах усього суспільства, так і в рамках окремих виробничих колективів. У загальному вигляді «кадровий потенціал» представляє собою використання людського чинника підприємства у вигляді безперервного, динамічного процесу, що характеризує приховані і явні можливості його персоналу [1, с. 1].

Як відзначають З.І. Галушка та І.Ф. Комарницький, «...талановиті, кваліфіковані, досвідчені фахівці – це не тільки ресурс, що дозволяє ефективно досягати поставлених цілей, але і джерело конкурентної переваги» [2, с. 117]. Такої ж точки зору дотримується і відомий фахівець у галузі стратегічного управління О.С. Виханський, який відзначає, що «...основою будь-якої організації і її головним багатством є люди. При цьому людина стає не тільки ключовим і найціннішим «ресурсом»

організації, але і найкоштовнішим. Якість трудових ресурсів безпосередньо впливає на конкурентні можливості фірми і є одною з найважливіших сфер створення конкурентних переваг» [3, с. 84].

В умовах формування кадрового забезпечення як вирішальної передумови соціально-економічної стабілізації та його ефективне використання стає основою продуктивності національної економіки. Серед важливих причин, що обумовили ускладнення відтворювальних чинників стану сучасного кадрового забезпечення України і негативно вплинули на структуру зайнятості та якість робочої сили на підприємствах, слід вказати на недоліки структурної перебудови економіки країни. Важливою особливістю сучасних процесів є те, що підприємства майже втратили контроль за станом свого кадрового забезпечення та процесами його формування й використання [4, с.86].

Економічний потенціал будь-якої країни, як і кожної галузі, залежить від ряду факторів. Одним з них є людські ресурси, які є найбільш кошовною і важливою частиною продуктивних сил суспільства. У цілому ефективність виробництва залежить від кваліфікації персоналу, його розміщення і використання, що впливає на обсяг і темпи приросту виробленої продукції, використання матеріально-технічних засобів. Адже, усе в остаточному підсумку залежить від кадрового потенціалу, кваліфікації, вміння і бажання співробітників працювати. Саме кадровий потенціал, а не устаткування і виробничі запаси, є наріжним каменем конкурентоспроможності, економічного росту й ефективності. Управління кадровим потенціалом є складним і довготривалим процесом, під час якого і здійснюється набуття, використання і розвиток навичок, знань і вмінь працівників. Однак, саме цей ефективно організований процес може забезпечити досягнення цілей довгострокового і перспективного розвитку підприємства [5, с. 27].

Висновки

Встановлено, що конкурентоспроможність підприємства визначається якісним і продуктивним потенціалом його працівників. Розуміння підприємцями важливості ролі кадрового забезпечення у досягненні стратегічних цілей та вкладення інвестицій в людський капітал організації сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства, а ефективне управління кадровою політикою призводить до високого рівня кваліфікації персоналу, що у свою чергу сприяє виробничому розвитку і росту конкурентоспроможності підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ковальська А. І. Економічна сутність кадрового потенціалу [Електронний ресурс] /А. І. Ковальська//Ефективна економіка. – 2015 - №12. – 7с. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2015/73.pdf
2. Гриньова В. М. Управління кадровим потенціалом підприємства : монографія [Електронний ресурс] / Гриньова В. М., Писаревська Г. І. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2012. – 228 с. – Режим доступу: <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream.pdf>
3. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. — 2-е изд., перераб. и доп. [Електронний ресурс] /О.С. Виханский — М.: Гардарики, 1998. — 296 с. — Режим доступу: http://www.al24.ru/wp-content/uploads/2012/12/Виханский_Стратегическое_управление.pdf
4. Машика Ю.В. Кадрове забезпечення як складова конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] /Ю.В.Машика//Економічні науки. – 2014. - №6. – С.86-88. – Режим доступу: <http://irbis-nbuv.gov.ua>
5. Білорус Т. В. Стратегічне управління кадровим потенціалом підприємства: монографія [Електронний ресурс] / Т. В. Білорус; Держ. податк. адмін. України, Нац. акад. держ. податк. служби України. – Ірпінь, 2007. – 172 с. – Режим доступу: http://library.nuft.edu.ua/ebook/file/bilorus_tv.pdf

Чумаченко Олена Валеріївна – студентка групи МОз-13, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: Chumachenkolena@ukr.net

Науковий керівник: **Благодир Лілія Миколаївна** – доцент кафедри менеджменту і моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Chumachenko Olena V. — Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: Chumachenkolena@ukr.net

Supervisor: **Blagodyr Lilija M.** — Docent of the Chair of Management and Modeling in Economy, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито сутність мотивації персоналу, зокрема, модель мотивації через потреби. Визначено, що розвиток персоналу повинен здійснюватись за трьома основними напрямками, включаючи особистісний, соціальний і професійний розвиток. В межах менеджменту персоналу варто застосовувати три основних підходи до управління персоналом: економічний, органічний і гуманістичний, які полягають в оцінюванні ролі людини в організації й розумінні природи організації.

Ключові слова: мотивація, персонал, стимул, мотив, управління мотивацією.

Abstract

The essence of motivation, particularly through the model of motivation needs. Determined that staff development should be carried out in three main areas, including personal, social and professional development. Within personnel management should use three main approaches to personnel management, economic, and humanistic organic, which is to assess the role of man in the organization and understanding of nature.

Keywords: motivation, staff, incentive, motive, motivation management.

Управління мотивацією потребує зосередження уваги на проблемі створення ефективної системи управління персоналом, у якій формується необхідний рівень вмотивованості працівників до ефективної праці. Необхідність пошуку шляхів удосконалення процесу управління мотивацією персоналу на підприємствах зумовлюється низкою чинників, де одним із вагоміших є стимулювання продуктивної праці. Питанням мотивації присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, а саме: Ф Герцберга, Річарда Л. Дафта, М. Мескона, Д. Богині, О. Бугуцького, А. Чухна, А. Афонін, А. Колот, Д. Богиня, І. Беляєва, Е. Уткін, Ф. Хміль, Л. Владімірова, В. Травін, О. Ромашов, В. Нестерчук.

Ключовим аспектом у досягненні ефективності діяльності підприємства є мотивація персоналу [1, с. 186], а найважливішим ресурсом у діяльності організації є трудовий ресурс. Регулювання соціально-економічної ефективності діяльності керівників здійснюється із використанням розроблених мотиваційних теорій. Існує безліч теорій мотивації, які виділяють ті чи інші потреби працівників та механізми їхнього задоволення. Для успішної реалізації стратегії підприємства, досягнення високого рівня соціально-економічної ефективності систем менеджменту підприємства, слід чітко виділити потреби працівників. Оскільки на багатьох українських підприємствах, за результатами наукових досліджень, не враховуються інтереси конкретної людини, виникає психологічне відчуження від колективних цілей, знижується рівень соціальної ефективності [2, с. 369]. Як зазначає Амоша О.І., “Розвиток України як інноваційної держави особливо потребує більш високого рівня компетентності персоналу, ефективної системи мотивування та стимулювання працівників, посилення зацікавленості та включення працівників у процес інноваційного розвитку та прийняття ризикових управлінських рішень” [3, с. 20].

Потреба це відчуття фізіологічної або психологічної нестачі чого-небудь і винагорода – те, що людина вважає цінним для себе. Потреби, в свою чергу, поділяються на первинні (фізіологічні) і вторинні (психологічні), винагорода – внутрішні і зовнішні. Узагальнену модель мотивації через потреби можна зобразити графічно (рис. 1).

Для працівників які працюють на вітчизняних підприємствах мотиваційний чинник відіграє неабияку роль. Ефективною праця буде лише тоді, коли персонал буде почувати себе захищеним як в матеріальному плані так і моральному і будуть задоволені їх потреби.

Управління розвитком персоналу має включати розробку та реалізацію заходів, які спрямовані на удосконалення якісних характеристик працівників (навичок, знань, мотивації, компетенцій тощо), що є необхідними відповідно до загальної стратегії розвитку підприємства.

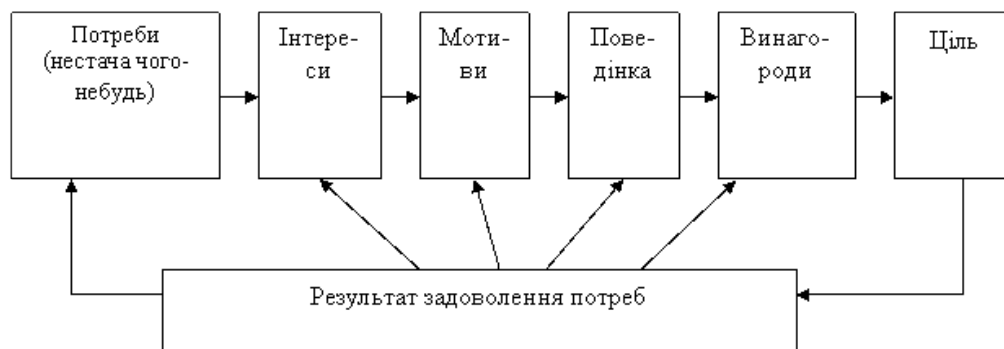


Рис. 1. Модель мотивації через потреби [4]

Розвиток персоналу повинен здійснюватись у трьох основних напрямках (рис. 2):

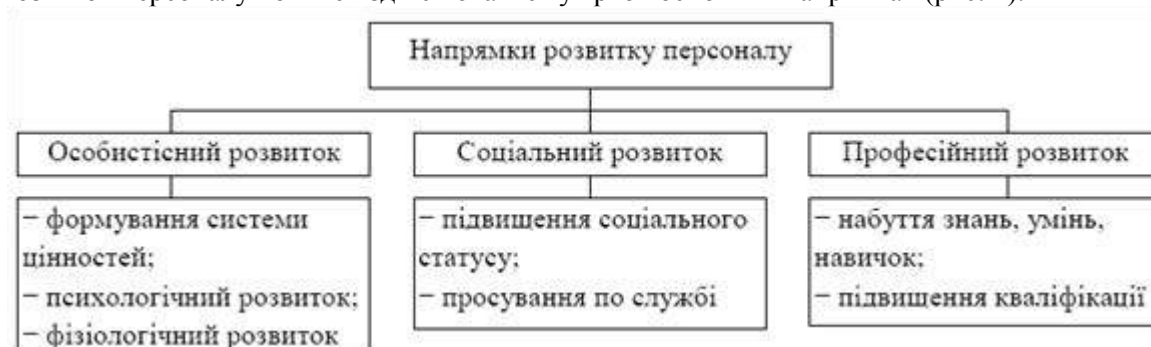


Рис. 2. Напрямки розвитку персоналу підприємства [5]

Потреби породжують у свідомості людини інтерес, а він – мотиви. Відповідно мотиви зумовлюють певну поведінку людини, спонукають її до вчинків і дій з метою отримання винагороди та досягнення особистих цілей.

Провідні теоретики у сфері менеджменту виокремили три основних підходи до управління персоналом: економічний, органічний і гуманістичний, які полягають в оцінюванні ролі людини в організації й розумінні природи організації.

За **економічного підходу** людину розглядають як об'єкт управління, причому головний інтерес представляє її функція – праця, вимірювана витратами робочого часу і заробітною платою. Організація є набором механічних відносин, що повинна діяти подібно до механізму: ефективно, надійно і передбачувано. За такого підходу мотивація персоналу в організації полягає, перш за все, у матеріальному стимулюванні працівників, тобто підвищенні заробітної плати, виплата премій тощо.

Органічний підхід передбачає сукупність цілей, стратегій і методів, що впливають на поведінку керівників і співробітників. Процес мотивації здійснюється на рівні взаємодії керівництва і працівників.

Гуманістичний підхід передбачає стимулювання персоналу, яке враховує поведінку людини і організацію як культурний феномен. Такий підхід передбачає нематеріальне стимулювання працівників, а саме забезпечення культурного відпочинку, створення сприятливих умов праці, приділення уваги своїм підлеглим тощо.

Отже, при впровадженні напрямів нематеріальної винагороди працівників, слід приділити увагу цілому комплексу статусних, трудових та моральних мотивів. Ефективна система морального стимулювання є складовою частиною організаційної культури. Нематеріальна мотивація спонукає працівників до досягнення кращих результатів у довгостроковій перспективі, дозволяє їм максимально розкрити і реалізувати свій трудовий потенціал.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Неларин К. HR менеджмент: поиск, подбор, тренинг, адаптация, мотивация, дисциплина, этика / К. Неларин. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005. – 520 с.

2. Паздерник Л.М. Соціально-психологічні аспекти управління / Л.М. Паздерник // Стан і проблеми трансформації фінансів та економіки регіонів у перехідний період. Зб. наук. праць другої Міжн. наук.-практ. конференції у ХІБ. – ТОВНВП “Еврика”. – 2004. – С. 368-370.
3. Амоша О.І. Організаційно-економічні механізми активізації інноваційної діяльності в Україні / О.І. Амоша // Економіка промисловості. – 2006. - № 5. – С. 15-21.
4. Перевозчикова Н. О. Особливості мотивації персоналу на сучасних підприємствах [Електронний ресурс] / О. Н. Перевозчикова, І. Ю. Котова// Ефективна економіка. – 2014. – №3. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
5. Стельмашенко О.В. Оцінка розвитку персоналу підприємства [Електронний ресурс] / О.В. Стельмашенко – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Tiru/2012_33/Stelmash.pdf.

РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті проаналізовано особливості та роль комунікацій в управлінні персоналом на підприємстві. Теоретично обґрунтована необхідність встановлення та зміцнення комунікацій в управлінні персоналом для забезпечення ефективної роботи підприємства.

Ключові слова: комунікація, управління, персонал, компанія, менеджер, інформаційна діяльність.

Abstract

The article analyzes the characteristics and the role of communications in personnel management in the enterprise. Theoretically the necessity of establishing and strengthening communications in management personnel to ensure the efficient operation of the enterprise.

Keywords: communication, management, staff, company, manager, information activities.

Основою комунікацій є інформація. Це найважливіший ресурс, який дає змогу організаціям розвиватися, зміцнювати стратегічні позиції. В умовах поділу праці без своєчасного надходження інформації неможлива спільна робота. Без неї менеджер не може сформулювати цілі, оцінити ситуацію, визначити проблеми, підготувати і прийняти рішення і проконтролювати його виконання, тобто належним чином здійснювати управлінські функції.

В обсязі робіт менеджера робота з інформацією займає 50—90%. Це опрацювання документів, заплановані та незаплановані зустрічі, телефонні розмови, участь у нарадах та засіданнях тощо. Всі ці дії пов'язані з комунікаціями. Комунікаціями пронизана вся система управління організацією.

Метою комунікацій є розуміння і осмислення переданої інформації. Часто інформація при передаванні може бути спотворена, що спричиняє неправильне розуміння її і, як наслідок, прийняття неправильного рішення. Тому ефективними є такі комунікації, за яких отримане повідомлення якомога ближче за значенням до первинного. Однак це ще не означає, що зміст повідомлення має однакове значення для всіх учасників комунікаційного процесу [1].

Комунікація не обмежується простим передаванням. Вона має здійснюватися так, щоб надіслана інформація мотивувала дії того, кому вона адресована. А це можливо за умов, коли обидві сторони впевнені в тому, що рішення і відповідні дії на основі даної інформації змінять ситуацію на краще. Тому інформація повинна бути достовірною, своєчасною, повною і зрозумілою. Під впливом надбань гуманістичного напрямку теорії управління прийшло розуміння того, що на сприйняття інформації отримувачем впливають багато чинників, які залежать від його особистісних характеристик (рівень знань, емоційно-психологічний стан, вік) і від стану середовища передавання інформації. Тому відправник мусить впевнитись у тому, що повідомлення сприйнято й осмислено адресатом саме так, як передбачалося. Для цього потрібен зворотний зв'язок, за якого відправник інформації та її отримувач міняються комунікативними ролями [2].

Комунікаційний процес починається тоді, коли відправник вирішує повідомити якийсь факт, ідею отримувачу. Ця інформація є важливою для відправника, і він вважає, що її можна використати для досягнення певних цілей, обговоривши це попередньо з іншою зацікавленою людиною. Для цього він так подає інформацію (ідею), щоб вона була своєчасно прийнята отримувачем і дала йому змогу правильно зрозуміти та сприйняти ситуацію. А це можливо лише в тому разі, коли ідея буде передана у вигляді зручного для сприйняття повідомлення. Комунікаційний процес вважають завершеним, коли отримувач підтвердив своє розуміння інформації відправнику. Для цього здійснюють зворотний зв'язок, у процесі якого з'ясовується, наскільки правильно зрозумів інформацію отримувач [4].

Ефективність комунікації визначається тим, наскільки вона допомагає вплинути на поведінку адресата в бажаному руслі. Приймаючи рішення про передавання інформації, слід впевнитися, що

співрозмовник налаштований на її сприйняття і віддає їй перевагу, незважаючи на наявність інших інформаційних джерел [3].

Організації можуть використовувати різні види інформаційних систем. Ось, наприклад, за допомогою операційно-виконавчої системи виконуються поточні операції а системі бізнесу. Наприклад: надсилання щомісячних рахунків клієнтам. Загалом ця система погіршена коли організація повинна опрацьовувати велику кількість однорідних операцій.

Іншого популярною формою інформаційного менеджменту інформаційна система менеджменту (ИСМ). ИСМ збирає дані, організовує і систематизує їх у формі, зручній для менеджерів, а також забезпечує цих менеджерів інформацією, яка потрібна їм для роботи. ИСМ для фірми може бути у вигляді комп'ютеризованої систему обліку як замовлення, так і наявності запасів. Працівник маркетингової служби, розмовляв клієнтом про дату поставки, за допомогою цієї системи може дізнатися, коли це замовлення буде виконано. Так само заводський менеджер може використати систему для визначення обсягу виробництва кожного виду продукції на наступний тиждень, місяць.

Система підтримки рішень (СПР) набирає щораз більшої популярності. Вона може автоматично знайти інформацію, потрібну менеджерам для специфічної роботи. СПР значно гнучкіша від традиційної ИСМ. Наприклад, менеджеру потрібно знати можливі наслідки підвищення цін на конкретний продукт, який продається. Він за допомогою СПР може визначити потенційні наслідки підвищення цін на 10%, оскільки ця система уже знає тенденцію зміни цін на продукцію, їхні недавні зміни цін, вплив цін на обсяги продажу, сезонні коливання, інфляційні рівні та практично будь-яку іншу інформацію. СПР обчислює: запланований продаж, частку на ринку, прибутки на кожен рівень потрібний рівень цін і видає ці дані менеджеру.

Тепер можна проводити конференції, під час яких менеджери перебувають на своїх робочих місцях (в офісах різних міст) і спілкуються за допомогою телевізійних моніторів. Менеджер у Нью-Йорку може набрати лист або меморандум на своєму персональному комп'ютері, клацнути мишкою і надіслати його сотням або навіть тисячам колег по всьому світу. Дуже детальну інформацію можна легко отримати з великих електронних баз даних. Електронна технологія дала поштовх новій версії старої організації роботи. Телеробота - так називають надомну роботу. У цьому випадку люди працюють вдома і періодично передають результати своєї праці компанії засобами комп'ютерного ув'язку (через модем). Останні опитування свідчать, що п'ятнадцять мільйонів американців використовують телефони, комп'ютери та кур'єрів для роботи поза офісами.

Мобільні телефони та факс полегшують комунікації між менеджерами. Багато з них тепер користуються мобільними телефонами в дорозі та носять їх з собою навіть на обід. Факс дає змогу людям надсилати документи з текстом і графіками та отримувати зворотний зв'язок [3].

Однак із цими удосконаленнями комунікацій учені починають пов'язувати деякі психологічні проблеми. Зокрема, менеджери, які зрідка бувають у своїх "реальних" офісах, як звичайно, стають жертвами політики компанії, тому що вони не присутні в організації, не в курсі того, що відбувається, і не можуть себе захистити. Вони випадають з системи поширення неофіційної непідтвердженої інформації та чуток в організації і пропускають значну частину неформальних комунікацій. Крім того, використання електронних засобів комунікацій замість особистих зустрічей та розмов ускладнює формування міцної культури, розвиток стійких робочих стосунків та створення атмосфери довіри і співпраці.

Для удосконалення комунікацій в управлінні персоналом організацій необхідно: чітко визначити потребу в інформації кожного структурного підрозділу та кожного робочого місця; чітко планувати масові організаційні заходи (збори, наради), зустрічі з підлеглими, керівниками інших підприємств та організацій; встановлювати скриньки для пропозицій; введення внутрішнього друкованого органу, багатотиражних газет, інформаційних бюлетенів; використання інтернету та об'єднання можливостей телефону, комп'ютера й телевізора.

Отже, взаємодія працівників організації здійснюється із застосуванням різних видів комунікацій. Вибір менеджером адекватного ситуації виду створює учасникам комунікаційного процесу сприятливі умови для ефективного обміну інформацією [5].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрушкін Б.М. Основи менеджменту : навч. посібник / Б.М. Андрушкін, О.Є. Кузьмін. - Львів: Світ, 2014.- 296 с.
2. Вершигора К.Е. Основы управления / К.Е. Вершигора и др. - Минск: Высшая школа, 2013. - 232 с.

3. Виханский О.С. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский, Л.И. Наумов. - 3-е изд. - М.: Гордарика, 2015. - 528 с.
4. Томан Іржі. Мистецтво говорити / Томан Іржі. - Київ., 2008.
5. Дейл Карнегі. Учись виступати публічно і впливати на широке коло людей / Дейл Карнегі. - К., 2014.

Поляруш Ольга Володимирівна, студентка групи МОв-14б, факультету менеджменту, Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, polarush1997@gmail.com.

Науковий керівник: Самофалова Марія Олексіївна, к.е.н., доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця.

Faculty of management.

Supervisor: Samofalova Mariya, PhD in Economics, Associate Professor of Management, marketing and economics Vinnytsia national technical university. Vinnitsia.

РОЗВИТОК ГЕНДЕРНОЇ КУЛЬТУРИ ЗА КОРДОНОМ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті проаналізовано особливості гендерної культури за кордоном. Теоретично обґрунтована необхідність встановлення гендерної культури для забезпечення рівних прав і можливостей чоловіків та жінок.

Ключові слова: гендерна культура, гендерні особливості за кордоном, чоловік, жінка, культура.

Abstract

The article analyzes the features of gender culture abroad. Theoretically the necessity of establishing gender culture for equal rights and opportunities for men and women.

Keywords: gender equality, gender peculiarities abroad, man, woman, equality.

Сьогодні ми живемо в часи швидких змін. Звісно ж змінюються і взаємовідносини між чоловіками та жінками в усіх сферах життєдіяльності суспільства. Утвердження гендерної рівності — важливий напрямок в Україні за останні роки. Це питання проходить крізь всі проблеми сьогодення і є актуальним в житті кожного з нас. На суспільному рівні декларовані права та можливості особистості, незалежно від статі, реально не дотримуються, упереджене ставлення й гендерна дискримінація продовжують відтворюватися, жінки та чоловіки як соціальні спільноти загалом мають неоднаковий доступ до соціальних статусів, ресурсів, привілеїв, престижу, влади. Інтеграція української держави у світове співтовариство вимагає переосмислення місця і ролі жінок у суспільстві, їх рівноправну участь у всіх сферах життєдіяльності, і, зокрема, в політиці і державотворенні. Однак, сучасне становище чоловіків і жінок у суспільстві дає підстави вважати, що станеться це не скоро. Підґрунтям для такого висновку є стан гендерних відносин в економічній, соціальній, правовій та політичній сферах суспільства, а також стан громадської свідомості, де досі успішно відтворюється низка глибоко вкорінених гендерних стереотипів[1].

Кількість світового населення на сьогоднішній день становить більше 7 мільярдів людей. Країнами-лідерами у цій сфері є Китай (1,407 млрд.) та Індія (1,292 млрд.). За результатами дослідження, здійсненого Booz & Company, було виділено третій мільярд, що може мати такий самий вплив на світовий економічний розвиток, як і два перших[2]. «Третій мільярд» – це жінки, чий потенціал не використовується на повну силу. У вказаному дослідженні на основі даних Міжнародної Організації Праці було виділено дві головні перешкоди до реалізації економічного потенціалу жінок. Жінки або *неготові* (вимірюється рівнем грамотності та рівнем здобуття середньої освіти) або *не в змозі* розкрити свій економічний потенціал через соціальні та економічні бар'єри (усталені гендерні стереотипи, нерівні можливості доступу до ринку праці, нерівність заробітної плати тощо). Компанія дослідила, що до 2020 року кількість жінок віком від 20 до 65 років, що неготові або не в змозі здійснити свій внесок в економічний розвиток власної країни, досягне 1 мільярду (навіть якщо не брати до уваги жіночої частини населення Китаю та Індії, цей показник дорівнюватиме щонайменше 500 млн.).

Це дослідження також виявило, що більше залучення жінок до складу робочої сили може підвищити ВВП США на 5%, Японії – на 9%, Італії – на 11%, Південній Африці – на 10 %. Для України такі розрахунки не проводились, але якщо поглянути на її місце в рейтингу індексу Третього Мільярду, який показує, настільки ефективно країни розширюють можливості жінок як економічних агентів, (табл. 1) то можна припустити, що чистий приріст вітчизняного ВВП від активнішого залучення жінок до економіки може скласти 9-12%.

Таблиця 1. Показники індексу Третього Мільярду[2]

Місце в рейтингу	Країна	Значення індексу	Загальний вплив на ВВП, %	Чистий приріст ВВП, %
8	Німеччина	67,1	7	4
30	США	58	8	5
33	Італія	57,1	19	11
35	Аргентина	56	19	12
36	Південна Африка	55,8	17	10
39	Україна	54,7	н/д	н/д
43	Японія	54,1	15	9

Ефективність впровадження гендерної рівності у різних сферах розглядається у низці досліджень. Так, McKinsey&Company виявили, що компанії, які мають більший рівень гендерної диверсифікації серед працівників, у середньому на 15% прибутковіші. Варто звернути увагу також на те, що сьогодні чимало країн зіштовхуються з «дефіцитом талантів», що для роботодавців спричиняє проблеми із заповненням робочих місць. До 2040 року дефіцит працівників у Європі може сягнути 24 млн. осіб віком від 15 до 65 років. Підвищення частки жінок у робочій силі може скоротити цей розрив до 3 мл.

У багатьох країнах дедалі актуальнішим стає питання, яким чином посприяти створенню балансу між роботою та сім'єю для обох батьків[3]. Настільки це є важливим? Існує багато доказів доцільності проведення такої політики. До прикладу, Єврофонд за власними підрахунками визначив, що втрати від гендерного розриву у сфері зайнятості можуть сягати понад 300 млрд євро на рік (або 2,5% від поточного ВВП ЄС). Ці втрати переважно складаються з упущених доходів і несплачених податків. У стратегії ЄС 2020 зазначено, що однією з цілей союзу є досягнення 75% рівня зайнятості серед чоловіків та жінок. Станом на 2014 рік рівень зайнятості жінок становив 63,5%.

Окрім економічних вигод, сприяння гендерній рівності у сферах праці та сім'ї має й позитивні соціальні наслідки. До таких можна віднести збільшення рівня народжуваності та зниження кількості розлучень. Щоб здійснити такі зміни, велику увагу необхідно звернути на збільшення залучення до репродуктивної сфери чоловіків. Такі країни як Німеччина, Австрія, Хорватія, Італія активно здійснюють таку політику, проте країною-лідером протягом тривалого часу залишається Швеція[4]. Ще у 1972р. шведський прем'єр-міністр Улоф Пальме зазначив, що «зміна чоловічої ролі та активне батьківство є фундаментальними засадами успіху шведської політики подвійної кар'єри для двох сімейних годувальників». Яскравим прикладом такої діяльності стало введення декретної відпустки для шведів. Вже протягом 12 років чоловіки нарівні з жінками ділять між собою відпустку по догляду за дитиною: шведи як мінімум 3 місяці мають доглядати дитину віком до 1 року, що у свою чергу створює сприятливі умови для поєднання материнства/батьківства та зайнятості. Це посприяло перетворенню Швеції на європейську країну з одним із найвищих показників народжуваності (1,89 дитина на жінку, тоді як середній показник в ЄС – 1,55) і одним із найкращих рейтингів гендерної рівності (4-те місце серед 145 країн)[5].

Отже, однією з ключових перепон на шляху до досягнення гендерної рівності є нестача навичок та наявність соціальних бар'єрів. Суспільні стереотипи часто є перешкодою для жінок у повному розкритті їхнього потенціалу. З цього приводу Є. Ескандон, голова асоціації жінок-голів підприємств Франції, влучно сказала, що «в школах необхідно приділяти більше уваги рівності жінок і чоловіків. Потрібно показати, що це цілком можливо, і відкрити перспективи. Проведені дослідження говорять про те, що при обговоренні можливої кар'єри з хлопчиками і дівчатками, у хлопчиків зазвичай налічується куди більше можливих варіантів»[6]. Ефективним може стати створення серії тренінгів, на яких жінки, що досягли значних результатів у професійній кар'єрі, поєднуючи її з сімейним життям, зможуть ділитися своїм досвідом і ставати добрим прикладом для наслідування. Приклад успішної жінки може стати позитивним стимулом для досягнення такого самого результату.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Рівні права та можливості в Україні: реалії та перспективи .- К.: Парламентське вид-во, 2006. - 128с

2. Heckmann P. Empowering the Third Billion Women and the world of work in 2012[Electronic resource] / P. Heckmann, M. Kesteloo, B. Schmaus, R. Huisman. – 2014. – Accessed mode : <http://www.booz.com>
3. Конвенція про ліквідацію усіх форм дискримінації щодо жінок (науково-практичний коментар)/ О.М. Руднева, Г.О.Христова, О.О. Уварова та ін./ За наук.ред О.М. Рудневої. – Х.: Східно-регіональний центр гуманітарно-освітніх ініціатив, 2005.-364с
4. Цілі розвитку Тисячоліття ООН: Україна 2015, Ціль No 6 «Забезпечення гендерної рівності» [Електронний ресурс] // <http://www.ukraine2015.org.ua/tsil6>
5. Human Development Report, Gender Equality Index, UNDP [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hdr.undp.org/en/statistics/>
6. Сложнее ли женщине заниматься бизнесом? [електронний ресурс] мережеве видання –інтернет-проект «ИноСМИ.RU», 2000-2017. – Режим доступу: <http://inosmi.ru/world/20130901/212484489.htm>.

***Самофалова Марія Олексіївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки Вінницького національного технічного університету.
Сельська Інна Вікторівна, студентка групи МОН-14б, ФМІБ.***

***Samofalova Maria Oleksiyivna, PhD in Economics, Associate Professor of Management, Marketing and Economics of Vinnytsia National Technical University.
Selska Inna Victorivna, student of group Mop-14b.***

ПОМИЛКИ ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ТА СПОСОБИ ЇХ МІНІМІЗАЦІЇ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглянуто основні помилки, які виникають при оцінюванні персоналу підприємства, як наслідок міжособистісного сприйняття. Аналізуються причини їх виникнення та пропонуються способи їх мінімізації.

Ключові слова: оцінка, персонал, міжособистісне сприйняття, ефект, оцінювач, оцінюваний.

Abstract

Major errors that occur in the personnel assessment as a result of interpersonal perception is considered in the article. Analyzes the causes of these errors and suggests ways to minimize them.

Keywords: assessment, personnel, interpersonal perception, effect, estimator, estimated.

Оцінка персоналу – це цілеспрямований процес визначення відповідності якісних характеристик персоналу (здібностей, умінь, мотивів) вимогам посади або робочого місця. У той же час це необхідний засіб вивчення якісного складу кадрового потенціалу підприємства, його сильних і слабких сторін, перспектив подальшого розвитку, ступінь відповідності цілей працівників цілям підприємства, а також основа для вдосконалення індивідуальних трудових здібностей працівника і підвищення його кваліфікації.

У зарубіжній літературі вживають термін асесмент (від англ. assessment - оцінка), що являє собою систему оцінки, спрямовану на вивчення особистості за параметрами: прогноз ефективності діяльності; особливості поведінки; особливості виконання посадових обов'язків; рівень досягнення цілей; рівень компетентності, заснований на особливостях особистості.

Часто оцінювання працівників супроводжується помилками, допущеними особами, які його здійснюють. Помилкова оцінка наносить шкоду авторитету і репутації оцінюваного, негативно впливає на його психологічний стан, провокує стресові ситуації і конфлікти. Для особи, яка проводить оцінювання, вона може стати підставою для висновків щодо невисокої кваліфікації, упереджене ставлення до оцінюваного чи недбале виконання поставленого завдання. Так, на рішення керівника можуть впливати помилки, пов'язані з процесом суб'єктивної оцінки людини людиною. Щоб максимально уникнути таких помилок при оцінюванні працівників слід знати найтипівіші з них, зокрема:

1. «Гало - ефект» - узагальнення оцінки працівника на основі однієї його якості (позитивної або негативної). Ігнорування тонких відмінностей. Едвард Трондайк провів експеримент, у якому він просив оцінити якості його підлеглих. Метою дослідження було - визначити, як думка про одне впливає на характеристику в цілому. Виявилося, що висока оцінка деяких якостей людини позитивно проектується на інші. І навпаки [1].

Ефект гало виникає через: дефіцит часу, надмірну кількість інформації, не значимість іншої людини, стереотипи сприймання, яскравість та неординарність особистості. Часто осіб із привабливою зовнішністю оцінюють вище за всіма параметрами, ніж осіб, які не є привабливими.

2. Помилка центральної тенденції трапляється, коли спостерігач з тих чи інших причин невпевнений або у нього не вистачає аргументів на користь виставлення крайніх оцінок. Тоді виявляється тенденція усереднювати оцінки спостережуваних процесів, оскільки відомо, що крайнощі трапляються рідше, ніж властивості середньої інтенсивності. У результаті виникнення цієї помилки ефективність ділової оцінки знижується, оскільки вона не дозволяє визначити кращих або гірших працівників.

3. Надмірна поблажливість – її причиною найчастіше буває небажання того, хто оцінює зіпсувати відносини з тими, кого оцінюють. Призводить до того, що керівник завищує оцінку, демонструючи

тенденцію завжди давати позитивну оцінку оцінюваним працівникам. Іноді її називають ефектом Поліани, при цьому у жінок дана властивість в позитивній оцінці більш виражена.

4. Надмірна суворість – оцінювачі виставляють низькі оцінки, щоб показати себе вимогливими, підкреслити свій авторитет, звести рахунки з кимось [2].

5. Проекція - перенесення своїх станів на іншу особу, приписування їй рис, які насправді властиві тому, хто сприймає, а у оцінюваної особи можуть бути відсутніми. Так, психологи виявили, що люди, у яких яскраво виражені такі особистісні характеристики, як жовчність, упертість, підозрілість, частіше помічають ці риси у інших людей.

6. Відлуння – перенесення успіхів (недоліків) оцінюваного в минулому на ситуацію сьогодення, і, відповідно, виставлення йому завищених (занижених) оцінок.

7. Ефект ієрархії – вищі оцінки виставляються тим, хто має перспективу службового зростання.

8. Атрибуція — оцінюваному працівникові підсвідомо приписуються здатності або риси, властиві іншій людині, яка нагадує керівникові цього працівника.

9. Очікування — оцінка залежить від того, чи виправдовує працівник очікування свого керівника.

10. Вибірковість сприйняття — керівник помічає в оцінюваному працівникові лише те, що вкладається у вже сформований у нього стереотип.

11. Помилка не давності (ефект краю) - пов'язаний з тим, що в пам'яті керівника залишається тільки останній період роботи (тиждень, день), а не за загальний період, інші періоди, таким чином, випадають з оцінки.

12. Дія помилки контрасту полягає в тому, що середній працівник отримує незаслужено високі оцінки, якщо він оцінюється після досить слабких працівників, і, навпаки, низькі - якщо атестується після кількох сильних.

13. Перевантаження - коли при надмірній кількості оцінюваних лавиноподібно зростає кількість помилок в роботі оцінювача.

Можна виділити та деталізувати і багато інших помилок, однак важливо не тільки розуміти витoki появи помилок, але і знати шляхи їх подолання.

Одним з підходів до подолання помилок оцінки виступає вдосконалення самої процедури оцінки. Наприклад, використання шкал оцінки з коментарями, які точно описують відповідні прояви робочої поведінки або робочі навички, що дозволяють зменшити вплив вищезгаданих ефектів. Так як при використанні цих шкал керівникам пропонуються конкретні приклади і зразки поведінки, у відповідності з якими вони повинні оцінити роботу підлеглих. Залучення до процедури оцінки експертів (в якості яких можуть виступати як сторонні особи, так і інші працівники організації, наприклад, співробітники (проте їхні судження бажано використовувати як доповнюючий елемент при виставленні підсумкових оцінок), групи з 3-5 компетентних осіб, підлеглі (якщо такі є у розпорядженні оцінюваного). Корисну інформацію про працівника містять і результати його самооцінювання. Залучення інших допоможе підвищити об'єктивність результатів оцінки. Важливим залишається розвиток навичок оцінки керівників і спеціалістів по управлінню персоналом, підвищення рівня їх знань і навичок в галузі психології управління і в питаннях управління персоналом [3].

За результатами проведеної оцінки, якщо співробітники більше не відчувають страху перед оцінкою, якщо вони самі пропонують оцінити їх вміння і навички, для того щоб мати можливість просунутися по кар'єрних сходах, це означає, що оцінка проведена правильно і дає реальні результати, приносячи свою користь і розвиваючи персонал підприємства.

Отже, при оцінці персоналу керівниками, необхідно уникати суб'єктивізму і використовувати всі можливі способи для підвищення об'єктивності такої оцінки, що сприятиме налагодженню позитивної атмосфери та ставлення у системі «начальник – підлеглі», дозволить виявити прихований потенціал працівників та, як наслідок, підвищить ефективність їх роботи та підприємства в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Торндайк, Э. Бихевиоризм / Э. Торндайк, Дж.Б. Уотсон. – Москва : АСТ, 1998. – 704 с.
2. Глосарій [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_paph.cgi?R4uu4Tvwgirltol!vlwxutgrus
3. Можливі помилки в процесі ділової оцінки персоналу [Електронний ресурс]- Режим доступу - http://studme.com.ua/134707119981/menedzhment/vozmozhnye_oshibki_protssesse_delovoy_otsenki_personala.htm

Закревська Каріна Віталіївна – студентка групи МОЗ-14(б), факультету менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: karina2002st@mail.ru
Науковий керівник: *Самофалова Марія Олексіївна*, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця

Zakrevska Karina V. – student of Management and Information Security Faculty of Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia city, e-mail: karina2002st@mail.ru

Supervisor: **Samofalova Mariia O.**, a teacher of MME Department of Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia city, e-mail: marijaromashka@mail.ru

ГЕНДЕРНА НЕРІВНІСТЬ У СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглянуто проблему гендерної нерівності в системі вищої освіти. Описано причини та фактори, що впливають на розвиток даної проблеми. Визначено, що гендерна нерівність негативно впливає на розвиток наукового прогресу.

Ключові слова: гендерна нерівність, система освіти, наукове товариство, вища школа, фемінізм.

Abstract

In the article the problem of gender inequality in higher education. We describe the causes and factors that influence the development of this problem. Determined that gender inequality negatively affects the development of scientific progress.

Key words: gender inequality, the education system, the scientific community, high school, feminism.

Гендерна нерівність, як одна з видів соціальної нерівності, часто зустрічається у патріархальному суспільстві, де головне місце займають чоловіки. Вона проявляється у правах, доступі до ресурсів, у виразі політичних інтересів, що негативно впливає на розвиток суспільства. Саме тому підвищення гендерної рівності повинно стати частиною будь-якої стратегії, що має на меті сталий розвиток.

Останнім часом опубліковано чимало наукових праць, присвячених теоретичним і методичним аспектам гендерної проблематики. Теоретичні та методологічні праці з гендерної тематики містяться у працях таких дослідників, як О. Ганьківська, Т. Дороніна, І. Когут, О. Луценко, Т. Марценюк, С. Оксамитна, А. Сальникова, Л. Смоляр, О. Плахотнік, О. Ярош, присвячені загальній характеристиці гендерної нерівності у системі освіти і науковому співтоваристві в Україні та інших країнах.

Зміна становища жінок в системі освіти і академічній сфері зарубіжних країн представлена в роботах зарубіжних авторів: Х. Калерт, Л. Морлі, Р. Хагенгрубер та інших. Вивчається «прихований шкільний розклад», гальмування академічної кар'єри жінок, проблема «скляної стелі», шляхи подолання перешкод до високостатусних позицій в академічній ієрархії, нові форми дискримінації жінок в академічному середовищі, наукова продуктивність і статус жінок-науковців [1, 2]. Тема жіночого представництва в науці та вищій школі є найулюбленішою в феміністській проблематиці.

На сьогоднішній день рідко згадується, що освіта є гендерованим соціальним інститутом, тобто гендерна складова присутня у процесах, практиках та ідеологіях, а головне, у розподілі влади, які визначають функціонування цієї сфери. Існує достатня кількість факторів, що сприяють або перешкоджають руху до гендерної рівності в системі освіти і серед наукового товариства вищої кваліфікації.

У чоловічій та жіночій свідомості частин української науково-педагогічної спільноти продовжують зберігатись історично сформовані стереотипи про становище жінки в науковому суспільстві. Існує протиріччя між збільшення наявної кількості жінок серед фахівців вищої кваліфікації та загальноприйнятими бар'єрами, що гальмують їх професійне зростання. Такий світогляд не є виключенням навіть серед кандидатів і докторів наук, що обумовлює пасивність у практичній реалізації ідей гендерної рівності у вищій школі.

У 90-ті роки минулого століття та на початку нинішнього століття гендерна нерівність у вітчизняній науці та вищій школі на рівні володарів вчених ступенів і звань певною мірою знижувалась стихійним способом – міграцією з науки і вищої школи (зовнішньої і внутрішньої) переважно чоловічої частини молодих вчених. Отже, певна фемінізація науки і вищої школи не повинна сьогодні інтерпретуватись як подолання дискримінації жінок в цих сферах діяльності. Це явище може бути проінтерпретоване як різновид гендерної сегрегації, обумовлений тим, що чоловіки залишають мало престижні й низькооплачувані сфери трудової діяльності, до яких сьогодні належать наука та освіта.

В сучасній українській науці відбуваються інтенсивні і важливі для долі вітчизняної науки процеси, принципово змінюється не тільки чисельність наукових кадрів, їх кваліфікаційний, віковий, а й гендерний склад, що безпосередньо позначається на виробництві наукового знання, стані вітчизняної науки і вищої школи. Дещо кращою є ситуація з гендерним балансом серед проректорів або ж

заступників ректора – серед них 228 жінок та 763 чоловіків, тобто трохи менше чверті проректорів у ВНЗ III-IV рівнів акредитації є жінками. Однак і цей показник очевидно далекий від рівності [3].

Здобуття наукових ступенів та вчених звань, що є основними кроками у викладацькій кар'єрі, супроводжується зменшенням частки жінок на кожному наступному етапі (рис. 1).

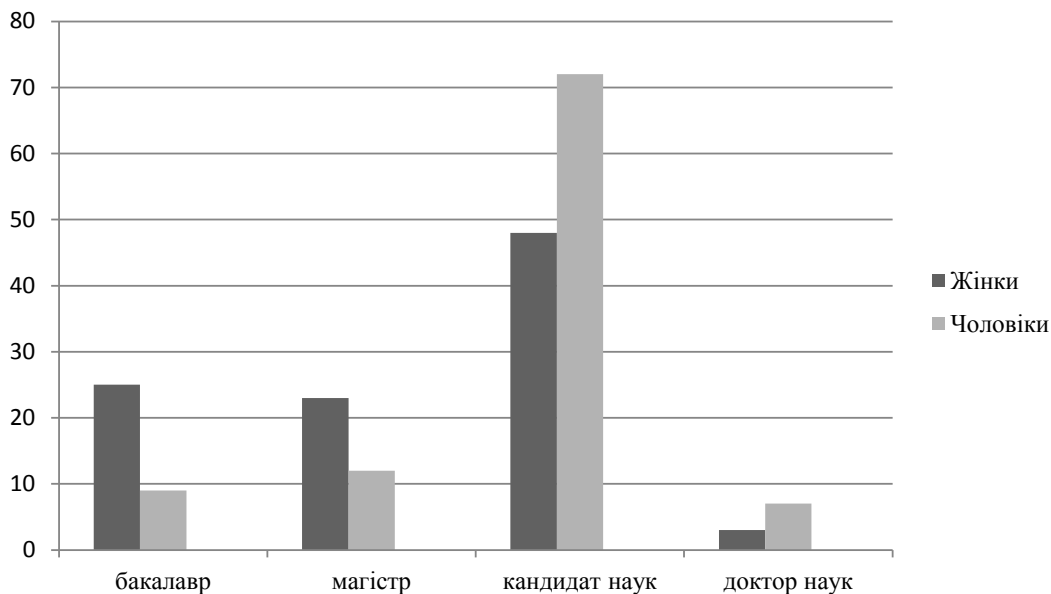


Рис. 1 Розподіл викладачів за науковим ступенем та статтю

Це гальмування у кар'єрному поступі жінок стосується не лише їхніх амбіцій чи принципового прагнення до рівності. Воно безпосередньо впливає на їхнє матеріальне становище.

Для подолання гендерної нерівності в українському суспільстві необхідна не тільки гендерна освіта населення, а й чинні механізми просування жінок у політику, в престижні і високооплачувані сфери діяльності, включаючи наукову. Соціологічні дослідження свідчать, що доходи викладачів суттєво відрізняються за гендерною ознакою: вищий за 4500 грн. дохід отримують 23,9% чоловіків і всього 12% жінок, в той час як менше 3000 отримує майже половина викладачок і 41,3% викладачів. Дохід 3000-4500 грн. отримує приблизно однакова кількість чоловіків та жінок – 34,8% та 38,16% відповідно [3]. Слід погодитися з припущенням, що цей розрив у зарплатні не зумовлений безпосередньо гендерною дискримінацією – жінкам не платять менше, ніж чоловікам за однакову роботу на однаковій посаді (що характерно для багатьох західних академічних та навчальних закладів, де заробітна плата не регулюється законодавчо, а визначається контрактом). В Україні ж праця бюджетників оплачується відповідно до єдиної тарифної сітки, яка закріплює за посадою кожного рівня відповідний оклад, який доповнюється надбавками та преміями.

Заслуга феміністської критики науки в тому, що їй вдалося виявити ті механізми, за допомогою яких вірування і стереотипи, що стосуються статі, втручаються у виробництво наукових знань. Гендерне виховання і освіта мають подолати несправедливість і неправильність приписування і розподілу нерівнозначних соціальних ролей між гендерами. Тільки за цих умов буде рух до рівних прав, рівних можливостей і рівних результатів.

Висновки і пропозиції

В Україні необхідно активно впроваджувати механізми Закону про реалізацію прав жінок, в якому прописані права та форми контролю за процесом зниження дискримінації жінок. А в організаціях та установах актуальним є створення інституту представників жіночої громадськості, які фіксують, як конкретно керівництво виконує прийняті зобов'язання реалізації політики рівних прав і можливостей. Тільки широка інноваційна діяльність, нарощування і раціональне використання творчого потенціалу наукового співтовариства, в якому гідне місце займають як чоловіки, так і жінки, забезпечує можливість гідного представництва української наукової спільноти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Kahlert H. Gender In/Equality in Academic Career Promotion – Views of Professors / H. Kahlert // Conference Guide “Gender and Democracy: Gender research in Times of change”. – Gender and Education Interim Conference, 11-13 April, 2012. – P. 16-17.
2. Morley L. Sex, Grades and Silence: the impact of Feminist Research on Higher Education Globally / L. Morley // Conference Guide “Gender and Democracy: Gender research in Times of change”. – Gender and Education Interim Conference, 11-13 April, 2012. – P. 14-15.
3. Когут І. Чим відрізняються жінки і чоловіки: про гендерну (не)рівність у вищій освіті / І. Когут [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cedos.org.ua/uk/discrimination>

Пилипенко Ірина Олександрівна, студентка, група МОВ-14б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки.

Науковий керівник: **Самофалова Марія Олексіївна**, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки Вінницького національного технічного університету.

Pylypenko I.O., student of Management and Information Security Faculty of Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia city,

Supervisor: **Samofalova Mariia O.**, Associate Professor of Management, Marketing and Economics Vinnytsia National Technical University; e-mail: marijaromashka@mail.ru

ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглянуто проблему особливості управління персоналом організації в залежності від статі працівників. Проведене дослідження ґрунтується на вивченні особливостей вибору життєвих цінностей чоловіками та жінками.

Ключові слова: гендерні відносини, ділова сфера, кар'єра, стиль управління персоналом.

Abstract

This paper considers the problem of plant personnel management features depending on the sex workers. The basis of the employee's assigned position in life, including the system of values of the individual.

Keywords: gender relations, business scope, career, style personnel management.

Вступ

Ситуація в сучасній системі управлінні зображує те, що ми маємо в суспільстві. Якщо в суспільстві спостерігається низький рівень розуміння гендерної рівності з погляду стереотипних соціальних ролей, то це знаходить своє відтворення і в управлінській діяльності. Саме тому існує необхідність звернути увагу на гендерний аспект культури управління. Дослідженням різних аспектів проблеми гендерних відмінностей в управлінні персоналом займалися такі вчені: В. Успенська, А. Тьом-кіна, А. Посадська, Н. Римашевська, Г. Сілласте, Є. Здравомислова, С. де Бовуар і П. Вебб.

Результати дослідження

Умова формування управлінської культури визначається рівнем соціального розвитку, системою суспільних відносин, рівнем духовної культури, знаннями, а також обставинами, що характеризують об'єкт управління та суспільство в цілому. Одним із параметрів культури управління є «маскулінізація-фемінізація», який зображує мотиваційну спрямованість персоналу на досягнення цілі чи виконання певних завдань.

Орган управління характеризується за ознакою відмінностей чоловічої та жіночої ролі в організації. Однак, саме гендерному аспекту в управлінській культурі відводиться недостатня увага, хоча термін «гендер» усе активніше використовується в наш час.

За результатами проведеного дослідження «Перешкоди для жінок на державній службі» були виділені основні проблеми, що негативно впливають на кар'єру жінок. В першу чергу – це вплив традиційного оточення на робочому місці [1].

На думку дослідників, традиційна чоловіча управлінська культура створила три основних перешкоди для досягнення рівності між чоловіками та жінками:

- жінок прагнуть бачити залежними, запобігливими, скромними виконавицями своїх обов'язків, тоді як чоловікам радять бути незалежними, здатними до конкуренції, спрямованими на дію;
- для обрання на управлінську посаду жінкам потрібно спочатку продемонструвати свою реальну компетентність та кваліфікованість, тоді як чоловікам достатньо проявити лише потенційні здібності;
- існує думка, що моральність і висока посада – речі несумісні, що жінки не прагнуть до кар'єрного зростання, не бажаючи ставити свої сімейні відносини та цінності під загрозу [2].

Вплив громадського жіночого руху, широке висвітлення жіночого питання в засобах масової інформації, поглиблене вивчення гендерної проблематики поступово змінюють погляд на статус жінок в організаційній системі підприємства.

Управління персоналом в організації має враховувати гендерний аспект та ґрунтуватися на культурі спілкування в організаціях, заохоченні до роботи працівників обох статей, залучення потенціалу всіх співробітників, їх уміння та можливостей, що означає повагу до кожного із них.

Мотивація до трудової діяльності жінки має певні відмінності порівняно з чоловіками. Наприклад, якщо у жінки є відчуття соціальної захищеності, щаслива в шлюбі, родині, то вона надає меншого значення своїм відносинам з колегами і, як правило, не прагне до лідерства на підприємстві. Проте, вона може прагнути ствердження самостійного статусу в цілях самоактуалізації та підтвердження особистої «повноцінності». Життя чоловіка наповнене різними питаннями, які безпосередньо пов'язані з кар'єрою та роботою, він високо цінує позародинні відносини, наприклад, спілкування в колі колег або друзів. Також, позиція жінки може змінюватися, якщо вона самотня або працює через матеріальну необхідність.[2].

В управлінні персоналом жінка-керівник більше уваги приділяє відносинам між членами колективу, її більше хвилює міжособистісна сфера відносин, ніж керівника-чоловіка. Жінка більш емоційно реагує на психологічно-моральний клімат в колективі, спирається на технологію «знаків уваги»: проявляє симпатію, чуйність в розумінні душевного стану та морально-етичних колізій.

У психології менеджменту було сформовано декілька точок зору на причини гендерних упереджень:

- люди в організаціях пред'являють до лідерів різної статі різні вимоги, і щодо жінок ці вимоги є вищими;
- існують гендерні стереотипи в менеджменті, які пов'язані з малочисельністю в управлінському середовищі жінки, вона є більш помітною, її характеристики перебільшуються;
- психоаналітичний підхід до жіночого лідерства оцінює його як прояв жіночої ураженості та заздрості до чоловіка, прагнення подолати комплекс неповноцінності [3].

В управлінській діяльності гендерні аспекти охоплюють різні підходи до керівництва колективом та особливостей міжособистісних відносин, з урахуванням чоловічої та жіночої психіки, і характерних рис інтелекту. Різні дослідження щодо порівняння ділових та психологічних якостей жінки і чоловіка показали, що по ряду досліджуваних параметрів є певні відмінності. Разом з тим, в серйозних наукових експериментах не знайшли підтвердження теорії щодо відмінності в розумових можливостях, здібностях до навчання, якостях характеру та темпераменту у представників обох статей. У результаті були сформовані обґрунтовані висновки, що жінки володіють якостями, які визначають їх високі сприятливі можливості для ефективної управлінської діяльності (табл. 1).

Таблиця 1 - Гендерні відмінності в управлінській діяльності*

<i>Характеристики</i>	<i>Чоловіки</i>	<i>Жінки</i>
спосіб подолання перешкод	інтелект, сила	хитрість, спритність
орієнтованість на проблеми	перспективна	поточна
основа прийняття рішень	розсудливість	чуттєвість
характер	закритий	відкритий
відношення до зовнішнього світу	реалістичне	ідеалізоване

поведінка	стримана	емоційна
об'єкт уваги	зміст	форма
орієнтованість	ділова	особиста
ставлення до інших	прямолінійне	гнучке
дія словесного заохочення	розслаблююча	збудлива

*узагальнено за даними [4]

Можна стверджувати, що, по суті, гендерні відмінності свідомо поступаються індивідуальним. У ході численних досліджень було з'ясувано, що у чоловіків і жінок набагато більше схожих рис, ніж відмінних. Більше того, багато хто з дійсно існуючих відмінностей піддаються зміні в ході навчання, при зміні життєвого укладу та соціальних очікувань. У міру розвитку суспільства традиційна картина починає розмиватися, але прихована дискримінація жінок [4].

Висновки

Отже, система сучасного суспільства й досі побудована на патріархальних засадах, високооплачувану та престижну роботу, як правило, отримують чоловіки. Статистика свідчить, що за однакову роботу, виконану чоловіком та виконану жінкою, другі отримують менше. Доступ до професійної сфери для жінок, поки що носить кількісний характер і найчастіше не призводить до необхідних якісних зрушень. Йдеться не лише про завойовування статусних місць в сфері управління, а й про значну зміну його характеру. Жінки отримують подвійне навантаження, так як займаються не лише управлінською діяльністю, а й домашнім господарством.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Авдулова Т. П. Гендерні аспекти управлінської діяльності / Т.П. Авдулова. – Центр дистанційної освіти «Елітаріум», 2010 (інтернет ресурс. Режим доступу: www.elitarium.ru).
2. Бурганова Л. А. Теорія управління: навчальний посібник / Л.А. Бурганова. – М.: Инфра-М, 2009. – 153 с.
3. Бендас Т. В. Гендерная психология: учебное пособие / Т.В. Бендас. – СПб.: Питер, 2006. – 431 с.
4. Гендерна психологія. 2-е вид. / Под ред. Клецина І.С. – СПб.: Пітер, 2009. – 496 с.

Діана Олександрівна Гладка – студентка групи МОФ-146, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: hladka1997@mail.ru

Науковий керівник: **Самофалова Марія Олександрівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Diana O. Hladka – Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: hladka1997@mail.ru

Supervisor: **Samofalov Maria O.** – PhD, assistant professor of management and simulation in economy, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa, e-mail: marijaromashka@mail.ru

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У ВЗАЄМОДІЇ ВИКЛАДАЧІВ ТА СТУДЕНТІВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито сутність поняття гендерних стереотипів. Проаналізовано дані про найбільш типові гендерні стереотипи, що притаманні молоді, які поширюють і поглиблюють існуючі уявлення про відмінності в психологічних характеристиках представників чоловічої та жіночої статті. Розглянуті найбільш поширені чоловічі та жіночі образи в системі викладач – студент.

Ключові слова: гендерний стереотип, образ чоловіка, образ жінки, викладач, студент.

Abstract

The essence of the concept of gender stereotypes. Analyzed data on the most common gender stereotypes inherent in young people spread and deepen current understanding of the differences in the psychological characteristics of male and female representatives of the article. Considered the most common male and female characters in the system teacher - student.

Keywords: gender stereotype image of a man, the image of the woman, teacher, student.

На шляху встановлення справжньої демократії в українському суспільстві постала необхідність у створенні умов для формування гендерної рівності. Низка причин, яка гальмує просування проблеми гендерної рівності в нашому суспільстві, знаходиться у сфері компетентності освітніх закладів. Освітньо-виховний процес безпосередньо відтворює гендерні стереотипи й тим самим може сприяти збереженню та самовідтворенню сексизму в культурі. Проблеми гендерних стереотипів в навчально-виховному процесі присвячено досить небагато робіт. Вітчизняна система вищої освіти практично не враховує гендерні відмінності учнів при розробці робочих планів та змісту учбових дисциплін.

У широкому значенні слова стереотип — це деякий стійкий образ якого-небудь явища або людини, якою користуються як відомим «скороченням» при взаємодії з цим явищем. Ш. Берн розглядає гендерні стереотипи як когнітивні схеми, які полегшують і прискорюють сприйняття інформації, при цьому вони впливають на сприйняття і запам'ятовування [1]. Століттями у людей склалися стереотипні уявлення про образ чоловіка і жінки, які дотепер розповсюджуються на всіх представників тієї або іншої статі, незалежно від їх індивідуальних особливостей і віку. Ці стереотипи торкаються як особових рис чоловіків і жінок, так і особливостей їх поведінки. Гендерні стереотипи часто діють як соціальні норми. Нормативний і інформаційний тиск вимушує нас підкорятися гендерним нормам. Дія нормативного тиску полягає у тому, що ми прагнемо відповідати гендерним ролям, щоб дістати соціальне схвалення і уникнути соціального несхвалення.

Д. П. Шульц визнає, що типово чоловічий образ — це риси, пов'язані з соціально не обмежувальним стилем поведінки, компетенцією та раціональними здібностями, активністю й ефективністю, тоді як типово жіночий образ включає низку рис, пов'язаних із соціальними та комунікативними вміннями, з теплотою і емоційною підтримкою [2]. Типовими негативними якостями жінок називаються формалізм, пасивність та надмірну емоційність, а чоловіків — грубість, авторитарність, надмірний раціоналізм [2]. На думку І. С. Кона стиль життя чоловіків частіше буває предметно-інструментальним, тоді як жінок — емоційно-експресивним [3]. Учені вказують також на те, що, обираючи рід занять, чоловіки цікавляться насамперед предметним змістом діяльності, пов'язаної з подоланням фізичних труднощів або з розвитком абстрактних ідей та можливістю просування в ній, а жінки надають більшого значення клімату, міжособистісним стосункам. Якщо чоловік володарює в світі речей, то жінка у світі стосунків. Як бачимо, для чоловіків характерною є ділова спрямованість, а для жінок комунікативна. Цікавими в контексті досліджуваної проблеми видаються дані, за якими чоловіки широко й глобально дивляться па проблеми та явища, а жінки

більш тонко відбивають, відтворюють світ, орієнтуючись на деталі та нюанси, тобто є більш конкретними.

Вітчизняна система вищої освіти практично не враховує гендерні відмінності студентів. Це виявляється і в змісті учбових дисциплін і в методичній літературі. Дослідження показують, що у юнаків і дівчат існують відмінності уявлень про взаємостосунки в системі викладач – студент. В дослідженнях В.І. Безродного і Н.В. Дмитренко [4] відмічені такі факти: юнаки вважають, що ідеальним викладачем є обличчя жіночої статі, у віці 20-29 років; дівчата бачать в ідеальному викладачі чоловіка у віці 30-39 років. З числа ідеальних юнаки виключили викладачів старше 50-60 років, на відміну від 10% дівчат, що включили до складу ідеальних викладачів чоловіків цього віку.

Виділивши характеристики ідеального викладача вимальовується наступна картина - найбільш значущими якостями бажаного викладача як юнаки, так і дівчата виділяють знання свого предмету, а якнайменше значущим виділяють таку якість як принциповість. На цьому схожість в думках юнаків і дівчат у ставленні до характеристик образу бажаного викладача закінчуються. Найбільш високо, порівняно з дівчатами, юнаки цінують хороше почуття гумору наставника, якому віддають перевагу, і вимогливість, тоді як дівчата віддають перевагу викладачам з широким кругозором. Найбільша різниця в оцінці юнаками і дівчатами якостей, приписуваних ідеальному викладачу, спостерігається в пунктах вимогливість і ерудованість. А також привертають увагу пункт демократичність, віднесений юнаками на сьоме місце, а дівчатами – на п'яте. Шульга В.В. затверджує, що такий розподіл думок можна пояснити тим, що дівчат привертає, перш за все, естетична сторона учбово-виховного процесу (як викладач говорить), а юнаків когнітивна складова (що він говорить) [5].

У педагога під впливом власного педагогічного досвіду складаються специфічні соціальні стереотипи: «відмінник», «двієчник», «активіст» і т.д. Вперше зустрічаючись з учнем, що вже одержав характеристику «відмінника» або «двієчника», педагог з більшою або меншою вірогідністю припускає у нього наявність певних якостей. Вчителі-чоловіки частіше використовують особово-групове спілкування, а вчителі-жінки – міжособистісне спілкування. Чоловіки в порівнянні з жінками частіше використовують немовні засоби спілкування, а жінки - мовні.

Отже, можемо спостерігати різницю в сприйнятті та поведінці викладачів, що відповідає їх гендеру.

Висновок

Отже, в даний час спостерігається те що з одного боку, гендерні відмінності в ході учбово-виховного процесу не враховуються, з другого боку освіта має переважно чоловічий ухил, вимагаючи від жінок прояву і розвитку традиційно чоловічих якостей. Підхід педагогів до юнаків і дівчат є переважно на інтуїтивному рівні, що багато в чому веде до неадекватного ставлення до дітей різної статі. В той же час на усвідомленому рівні, не дивлячись на розуміння відмінностей між особами чоловічої і жіночої статі в здібностях, інтересах і схильностях, особливостях поведінки, педагогіка дотепер залишається безстатевою. У міжособових відносинах в діаді «студент – викладач» дівчат привертає, перш за все, естетична сторона учбово-виховного процесу (як викладач говорить), а юнаків когнітивна складова (що він говорить).

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Берн Ш. Гендерная психология: учебное пособие / Ш. Берн. – СПб: Прайм, 2001. – 320с.
2. Шульц Д.П. История современной психологии / Д.П. Шульц, С.Э. Шульц. – СПб.: Евразия, 2008. – С. 278 – 281.
3. Кон И.С. Социологическая психология / И.С. Кон.. – М.: МОДЭК, 2009. – 560 с.
4. Безродний В.І. Соціальна психологія: навчально-методичний посібник / В.І. Безродний. – Донецьк, 2010. – 47с.
5. Коваленко Ю. П. Гендерні стереотипи як невід'ємний атрибут повсякденного мислення / Ю. П. Коваленко // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. - 2013. - Вип. 59-60. - С. 51-58. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/stapttp_2013_59-60_8.

Присяжнюк Максим Валерійович, студент, Мої - 146, факультет менеджменту та інформаційної безпеки.

Науковий керівник: **Самофалова Марія Олексіївна**, к.е.н, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки Вінницького національного технічного університету.

Prysiachniuk M. V., faculty of management and information security.

Supervisor: Samofalova M. O., PhD, assistant professor of management, marketing and economics Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia city, e-mail: marijaromashka@mail.ru.

ОСОБЛИВОСТІ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті розглянуто особливості кадрової політики в управлінні підприємством, уточнено основні завдання кадрової політики в управлінні підприємством. Наведено теоретичні аспекти формування та реалізації кадрової політики на підприємствах. Вказано на неефективність кадрової політики та необхідність удосконалення підходів до її формування.

Ключові слова: кадри, кадрова політика, завдання кадрової політики, формування кадрової політики, конкурентоспроможність, інструменти управління, головна стратегія підприємства.

Abstract

In the article the features of personnel policies in the management company, clarified the main tasks of personnel policy in managing the company and improving personnel policies. In the article the theoretical aspects of forming and realization of skilled politics are considered on enterprises. It is indicated on ineffectiveness of skilled politics and necessity of perfection of going near her forming.

Keywords: personnel, personnel policies, personnel policy objectives, the formation of human resources policy, competitiveness, management tools, the main strategy of the company.

Найважливіша складова частина стратегічно орієнтованої політики організації - її кадрова політика, що визначає філософію і принципи, реалізовані керівництвом по відношенню людських ресурсів. Питання кадрової політики розглядалися в роботах А. Кібанова, А. Єгошина, А. Колота, В. Савченка, В.М.Петюх, В.В. Травина, Ф.І. Хміля та інших фахівців у сфері управління персоналом [1].

Призначення кадрової політики - своєчасно формулювати цілі відповідно до стратегії розвитку організації, порушувати проблеми і ставити завдання, знаходити способи досягнення цілей. Для досягнення поставлених цілей особливо важливо забезпечити необхідну організацію виробничої поведінки кожного з її співробітників. Як і стратегія розвитку організації в цілому, кадрова політика розробляється з урахуванням внутрішніх ресурсів і традицій організації і можливостей, що надаються зовнішнім середовищем. Кадрова політика є частиною політики організації і повинна повністю відповідати концепції її розвитку [2].

Кадрова політика - це система правил і норм, прагнень і обмежень у взаємовідносинах персоналу і організації в цілому, за якими діють працівники у внутрішньому і зовнішньому середовищі. Прикладом може бути кадрова політика при прийманні, переведенні та звільненні працівників і т. ін. Формування кадрової політики здійснюється у декілька етапів. Кожний етап вимагає виконання певних чітких дій для досягнення конкретної цілі. Етапи формування кадрової політики на підприємстві наведені у табл. 1 [3].

На основі досліджень відділу реалізації державної кадрової політики в Україні можна сказати що, найбільш кращою політикою є активна, на другому місці – реактивна, а на останньому пасивна кадрова політика. На жаль більшість середніх підприємств України мають останню кадрову політику. Пасивна кадрова політика характеризується відсутністю чіткої програми дій керівництва стосовно персоналу і зводиться до ліквідації негативних наслідків. Як правило, при даній політиці відсутні прогноз кадрової потреби в способах оцінки праці та персоналу й діагностика кадрової ситуації в цілому. Таке управління кадровим потенціалом має негативний вплив на розвиток підприємства в цілому.

Таблиця 1. Етапи формування кадрової політики на підприємстві

Назва етапу	Ціль роботи з персоналом	Заходи
1. Нормування	Узгодження принципів і цілей роботи з персоналом із стратегічним розвитком організації.	1. Провести аналіз корпоративної культури, стратегії і стану розвитку організації. 2. Виявити можливі зміни цілей роботи з персоналом. 3. Описати вимоги до працівників, можливості їх зростання та розвитку здібностей.
2. Програмування	Розробка програми, шляхів досягнення цілей кадрової роботи з урахуванням умов та можливих змін ситуації	1. Розробити систему заходів по досягненню цілей у формі документу з урахуванням дійсного стану і обов'язково з урахуванням можливих змін. 2. Розробити програму добору персоналу через різні джерела з використанням засобів масової інформації або своїх співробітників. 3. Розробити тести, опитувальні анкети, запитання для проведення співбесіди при відборі та прийнятті на роботу, творче завдання та ін.
3. Моніторинг персоналу	Розробка процедур діагностики та прогнозування кадрової ситуації	1. Провести аналіз стану кадрового потенціалу. 2. Розробити програму постійної діагностики та конкретних заходів щодо розвитку знань, умінь та навичок персоналу. 3. Здійснити оцінку ефективності кадрових заходів. 4. Проведення постійного моніторингу персоналу, контролю виконання програм оцінки, атестації та планування кар'єри, створення та підтримки ефективного робочого клімату та ін.

Таблиця 2. Ступінь вираження характеристик в кадровій політиці

Види кадрової політики/характеристики	Пасивна	Реактивна	Превентивна	Активна	Авантюристична
Наявність чіткої програми дій стосовно персоналу	0	3	1	5	3
Аналіз причин та наслідків негативних явищ	0	2	3	3	4
Гнучкість системи управління	5	4	3	4	1
Загальна оцінка:	5	9	7	12	8

Слід зазначити, що вибір кадрової політики повинний бути здійснений з урахуванням особливостей діяльності підприємства та використання наступних заходів:

- 1) розробка загальних принципів кадрової політики, визначення пріоритетних цілей;
- 2) планування потреби у кадрах, формування структури і штату, призначення, створення резерву, переміщення кадрів;
- 3) створення системи руху кадрової інформації;
- 4) формування та розподіл коштів, забезпечення ефективної системи стимулювання праці;
- 5) розробка та виконання програми розвитку кар'єри, профорієнтування і адаптація персоналу, планування професійної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації;

б) аналіз відповідальності кадрової політики і стратегії організації, виявлення проблем у кадровій роботі, оцінка роботи персоналу [5].

Зміст і специфіка конкретних програм і кадрових заходів, як і кадрова політика в цілому, залежать від зовнішнього та внутрішнього середовища організації.

Кадрова політика має за головну мету забезпечення сьогодні та у майбутньому кожної посади і робочого місця персоналом належної кваліфікації. Безумовно, головною її метою є формування та оптимальне використання кадрів для досягнення цілей підприємства. Проблема полягає в тому, щоб забезпечити такий кадровий процес, який сприятиме сталому розвитку економіки, політичного життя та соціальної сфері суспільства

Зміст кадрової політики не обмежується наймом на роботу, а стосується принципів позицій підприємства відносно підготовки, розвитку персоналу, забезпечення взаємодії працівника і підприємства. Тоді як стратегічна кадрова політика пов'язана з вибором цільових завдань, розрахованих на далеку перспективу, поточна кадрова робота орієнтована на оперативне вирішення кадрових питань[8].

У статті розглянуто різні тлумачення сутності кадрової політики. На наш погляд, кадрова політика на діючому підприємстві - це основні напрямки, форми, методи та критерії роботи з персоналом, спрямовані на підвищення ефективності його використання і діяльності підприємства в цілому. Вона розробляється власником підприємства, вищим керівництвом, кадровими службами для визначення генерального напрямку і засад роботи з кадрами, загальних і специфічних вимог до них.

В основі формування кадрової політики лежать аналіз структури персоналу, ефективність використання робочого часу, прогнозування розвитку виробництва і ринку праці. Вважаємо, що від того, наскільки ефективно керівник виконує всі ці ролі, великою мірою залежить успіх командної роботи.

В сучасних умовах у секторі промисловості необхідно проводити безперервні зміни, пристосовуючи всі сторони виробничої діяльності до мінливої ситуації. У зв'язку з цим слід постійно вдосконалювати структуру управління, вишукувати ефективні способи управління працею, виділяючи актуальні напрямки трансформації кадрової політики, формуючи кадрову політику як основу стратегічного управління; необхідно активно використовувати контролінг, який дозволить оптимізувати витрати на персонал та об'єктивно його оцінювати, впроваджувати інновації в систему управління персоналом за допомогою використання механізму проведення атестації.

Реалізація функції контролінгу персоналу ставить за мету підтримку планування кадрів, управління ними та інформаційного забезпечення ефективної кадрової політики. Трансформація кадрової політики підприємств повинна спиратися на концепцію, стратегію діяльності цих підприємств, постійно оновлювану і видозмінювану.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Савченко В.А. Управління розвитком персоналу : навч. посіб. / В.А.Савченко. - К. : КНЕУ, 2009. - 351 с.
2. Хміль Ф.І. Управління персоналом / Ф.І. Хміль. - К.: Видавничий центр «Академія», 2006. - 488 с.
3. Федулова Л. І. Менеджмент організацій: підручник / За заг. ред. Л. І. Федулової. - К.: Либідь, 2004. - 448 с.
4. Виноградський М. Д. Управління персоналом : навч. посіб. / М.Д. Виноградський, А.М. Виноградська, О.М. Шканова. - К.: Центр учбової літератури, 2009. - 502 с.
5. Балабанова Л.В. Управління персоналом: навч. посіб. / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 512 с.
6. Про працю України : Кодекс законів за станом на 20 лютого 2008 р. / Верховна Рада України. Офіц. вид. - К. : Парлам. вид-во, 2008. - 90 с.
7. Савченко В.А. Управління розвитком персоналу / В.А. Савченко. – К: КНЕУ, 2002. – 351с.
8. Міщенко А.П. Стратегічне управління: навч. посіб. / А.П. Міщенко: Київ: «Центр навчальної літератури», 2004. - 336 с.

Костюк Тетяна Сергіївна – студентка групи Мов-146 факультету менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця

Науковий керівник: Самофалова Марія Олексіївна, доцент, к.е.н., кафедра менеджменту, маркетингу та економіки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця

Tetyana S. Kostyuk – student, Faculty of management and information security Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa

Supervisor: Mariya O. Samofalova, associate professor, p.h.d., management, marketing and economics, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: marijaromashka@mail.ru.

ПРОТИРІЧЧЯ РОЗВИТКУ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито основні тенденції сучасного ринку сільськогосподарського машинобудування, виявлено основних постачальників сільськогосподарської техніки на ринок України та їх ключові переваги. Доведено, що для забезпечення розвитку вітчизняних підприємств сільськогосподарського машинобудування необхідний його розвиток на інноваційній основі

Ключові слова: сільськогосподарське машинобудування, техніка, ринок, імпорт

Abstract

The basic trends of the market of agricultural machine engineering are determined, the main suppliers of agricultural machinery to the market of Ukraine and their key advantages were found. It is proved the development of domestic agricultural machine engineering enterprises requires for its development based on innovation

Keywords: agricultural machine engineering, technology, market, import

Вступ

Вітчизняний ринок сільськогосподарської техніки є невід'ємною складовою ефективного механізму забезпечення конкурентоспроможного розвитку АПК, продовольчої безпеки і формування високотехнологічного експортно орієнтованого виробництва продукції з високою доданою вартістю. Вітчизняний ринок техніки для сільського господарства є місцем взаємодії інтересів продавців і покупців технічних засобів для агропромислового комплексу, де аграрію пропонують машини, механізми, обладнання, устаткування, технологічні комплекси і лінії, які безпосередньо використовуються у сільському господарстві, харчовій і переробній промисловості для вирощування, збирання, зберігання та переробки продукції, а також для надання послуг з технічного сервісу.

Результати дослідження

На ринку України пропонуються сільськогосподарським товаровиробникам машини й обладнання підприємств вітчизняного та іноземного машинобудування. В умовах відкритого ринку продукція вітчизняного сільськогосподарського машинобудування виявилась неконкурентоспроможною. Внаслідок цього частка вітчизняної техніки в обсягах її реалізації різко зменшилась і в останні три роки не перевищує 30%. Через це економіка України щорічно втрачає 4-6 млрд. гривень, які сільськогосподарські товаровиробники інвестують у придбання імпортової техніки. Обсяги виробництва, для прикладу, тракторів зменшились майже у 50 разів, ґрунтообробних і посівних машин та машин для внесення добрив у 30-50 разів, а виробництво бурякозбиральних та кукурудозбиральних комбайнів, двигунів внутрішнього згорання для комплектування технічних засобів відсутнє, продовжується занепад галузі машинобудування [1, с. 319].

За таких умов сьогодні вітчизняні заводи не можуть забезпечити значні обсяги виробництва та відповідну якість. Натомість сільськогосподарські товаровиробники переважно через брак коштів купують техніку іноземного виробництва, яка вже була у використанні. Так, у 2015 році з 1700 ввезених з-за кордону комбайнів 1100 виявились такими, що вже були у використанні і це за обсягів імпорту сільгосптехніки у 2 млрд. доларів США.

Українські аграрії в основному закуповують трактори виробництва США, Білорусі та Німеччини. До 2012 року велика частина тракторів закуповувалася в Білорусі, однак починаючи з 2013 року найбільшу частку продажів в цьому висококонкурентному сегменті зайняли американські моделі. На третьому місці Німеччина. Продажі з цієї країни дуже активно росли в 2010 і 2011 роках, а в 2013 показали падіння.

Схожа ситуація і в сегменті сільгоспмашин і обладнання. Ця техніка в Україну надходить в основному із США, Німеччини, Франції. Домінуюче становище на ринку з часткою більше 50%

займають Німеччина і США, поставки з яких у 2009-2013 рр. склали 700 млн. доларів США і 650 млн. доларів США відповідно. У 2013 році частка Німеччини в імпорті склала 29%, а частка США - 28%.

Розглядаючи структуру імпорту сільськогосподарської техніки у грошовому вираженні, необхідно відзначити, що основну частку складає зернозбиральна та кормозбиральна техніка (43,31% у 2015 р.). Їх частка значно більша порівняно з натуральним еквівалентом, що означає більшу їх вартість порівняно з іншою технікою. Варто підкреслити також вищу вартість комбайнів у даній групі товарів. На українському ринку сільськогосподарської техніки представлена велика кількість торгових марок різних зарубіжних виробників. Їх продукція відрізняється не лише технічними характеристиками, але й представляє різні цінові сегменти. На ринку тракторів України представлено 11 основних брендів зарубіжних виробників, серед яких майже половина імпоротної техніки у натуральному вираженні належить Мінському тракторному заводу (32,9%) [2, с. 189].

Проблеми імпортозалежності галузі сільгоспмашинобудування з кожним роком поглиблюються. Як наслідок, вітчизняна техніка не витримує конкуренції на світовому ринку техніки та технологій. Відсутність реальних джерел фінансування призводить до неможливості реконструкції та технічного переоснащення підприємств галузі та забезпечення завдяки цьому високої якості вироблених машин і обладнання, освоєнню нової конкурентоспроможної техніки.

Відповідно до такої динаміки зростання закордонної техніки в Україні стимулюється імпорт, оскільки ввезення іноземної техніки відбувається за нульовою ставкою. Проте комплектуючі українського виробництва, такі як підшипники або двигуни, підпадають під митний тариф - від 2 до 7%. У цьому питанні доцільним є використання досвіду Китаю, звідки з року в рік Україна збільшує обсяги імпорту. Китайська експансія триває завдяки підтримці державою виробників-експортерів.

Необхідно зазначити, що висока вартість іноземної сільськогосподарської техніки залишається основною перешкодою на шляху завоювання західними виробниками популярності серед вітчизняних сільгоспвиробників. Така ситуація створює нові можливості для розвитку українського виробництва техніки для сільського господарства.

Оскільки за результатами 2015 року в Україні номенклатура машин і обладнання для сільського господарства склала понад 2,5 тис. найменувань, в т. ч. у 2015 році впроваджено у виробництво близько 50 видів нових та модернізованих машин, що свідчить про існування потенціалу, що може бути використаний в цілях розвитку [3] можна зробити висновок про наявність ряду підприємств, що займаються виробництвом техніки та її інженерно-конструкторськими розробками і удосконаленнями. Зростання сільськогосподарського виробництва впродовж останніх років зумовило розширення попиту на сільськогосподарську техніку з боку аграріїв, що дало поштовх як розвитку ринку техніки, так і вітчизняного машинобудування та імпорту продукції від провідних світових компаній її виробників. Ємність внутрішнього ринку сільськогосподарської техніки на сьогодні, за окремими експертними оцінками, може становити близько 9-10 млрд. грн. і навіть більше, з огляду на значний знос основних засобів та перспективи масштабного оновлення матеріально-технічного парку за умов стабілізації економічної ситуації в країні.

З огляду на це, необхідно розвивати інноваційні можливості вітчизняних товаровиробників техніки через модернізацію виробництва, впровадження новітніх агротехнологій, збільшення обсягів її поставки товаровиробникам сільськогосподарської продукції. Таким чином, для адаптації підприємств сільськогосподарського машинобудування до потреб ринку та забезпечення гнучкого управління їх конкурентоспроможністю перш за все необхідно вирішити проблему виробництва продукції нової якості, яка має бути наукоємною, оснащеною сучасними засобами управління її роботою, а також передбачати використання технологій, орієнтованих на комплексне вирішення проблеми енергозбереження й екологічного забезпечення, та спроможної задовольнити вимоги й потреби споживача сільськогосподарської техніки [4, с. 45].

Висновки

Враховуючи вагомий вплив споживачів сільськогосподарської техніки на діяльність підприємства-виробника, підвищення конкурентоспроможності підприємств сільськогосподарського машинобудування, забезпечення їх інноваційного розвитку повинно здійснюватися на маркетингових засадах, що обумовлює необхідність концентрації всіх його ресурсів на досягненні єдиної мети – отримання задоволеного споживача через вміння визначити його потреби, розробити

сільськогосподарську техніку, яка б відповідала наявним вимогам, а також успішне просування розробленого інноваційного товару.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Лепьохіна О. В. Стан вітчизняного сільськогосподарського машинобудування / О. В. Лепьохіна // Бізнес-навігатор. – 2013. – № 2. – С. 318-323.
2. Організаційно-економічні засади імпорту сільськогосподарської техніки в Україну / В. Є. Скоцик // Інноваційна економіка. – 2013. – № 7. – С. 188-190.
3. Павленко О. Нові перспективи розвитку галузі сільгоспмашинобудування в Україні / О. Павленко http://lb.ua/blog/opavlenko/325938_novi_perspektivi_rozvitku_galuzi.html
4. Цема Т. Шляхи підвищення якості сільськогосподарської техніки / Т. Цема // Техніко-технологічні аспекти розвитку та випробування нової техніки і технологій для сільського господарства України: Збірник наукових праць / Український НДІ прогнозування та випробування техніки і технологій для с.-г. виробництва імені Л. Погорілого. – Дослідницьке, 2009. – Вип. 13 (27), кн. 2. – 444 с.

Вітюк Анна Валеріївна – асистент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: A.Vityuk@rambler.ru

РЕТРОСПЕКТИВНІ ТА СУЧАСНІ УЯВЛЕННЯ ПРО ЗМІСТ ЗАГАЛЬНОЇ ТЕОРІЇ КАПІТАЛІСТИЧНОГО РИНКУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті проведено комплексне, інтегративне оцінювання ефективності універсальної моделі ринку за множиною її факторів та елементів. Функціонування та регуляції ринку слід розглядати як процес маніпулювання кількісними співвідношеннями за сукупністю елементів ринку і обмежень, що у сукупності дозволить звести управління ринком до логічної технічної операції, доцільність якої очікується у вигляді загального суспільного приросту ефекту від ринку.

Ключові слова: ринок, капіталізм, теорія, модель ринку.

Abstract

The article held a comprehensive, integrative evaluation of the effectiveness of the universal model of the market for many of its factors and elements. Operation and regulation of the market should be seen as a process of manipulation of quantitative ratios on aggregate elements of market and restrictions that collectively will minimize management market to logical technical operations, the feasibility of which is expected to be in the form of general public gain effect.

Keywords: market, capitalism, theory, model of market.

З огляду на загальну історію цивілізації, ідея ринку як наукова парадигма та її практичне втілення є відносно новим феноменом. Така концепція визначила розвиток переважної більшості країн світу у той чи інший період у новітній історії. Для Англії, США та деяких інших європейських країн вибір такого сценарію розвитку припав на XVII-XIX ст., і це відбувалося під впливом ідей класичної політекономії. Для більшості інших країн світу цей вибір було здійснено здебільшого у процесі національної ідентифікації (наприклад, країн Латинської Америки, Африки, Азії) у XIX-XX ст. Для країн пострадянського простору цей період мав місце після розпаду колишнього СРСР та формування низки національних економік на цьому терені починаючи із 90-х рр. XX ст.

Поширена сьогодні економічна система побудована на засадах ринку, і роль цього інституту у сучасному суспільстві важко переоцінити. Процес формування системи глобального та національних ринків відбувався історично впродовж останнього тисячоліття, водночас формувалися і уточнювалися ключові положення відповідної теорії. І теоретичні, і практичні уявлення про закони і сутність ринку змінювалися достатньо динамічно в силу об'єктивних причин, а вірність теоретичних ідей перевірялася за періодичністю та потужністю економічних криз у різний період. Так само в епоху формування постіндустріального суспільства питання вдосконалення ринкової основи економіки цивілізації тільки набуває нових аспектів своєї актуальності на фоні достатньо відчутної загрози тих самих криз. Підтвердженням цього є постійна увага до проблем ринку в ЄС, США та інших економічно розвинутих країнах світу. В свою чергу зазначені питання для країн, що будуть ринкову економіку (а такі складають більшість частину населення і території світу), стали без перебільшення доленосними. Неоднозначність питання полягає у тому, що, з одного боку, загальна теорія ринку оперує універсальними положеннями, а з іншого – все більшою мірою формується уявлення про коректність т.з. національних моделей ринку, які б враховувала особливості кожної країни. Наскільки виваженим є таке співіснування по суті альтернативних ідей – економічна теорія відповіді не надає.

Важливо також відзначити, що і у науковій літературі зберігаються певні спекулятивні акценти щодо сутності категорії ринку, його моделі та ефективності, коли під цим розуміються занадто широкий спектр елементів економічних аспектів і робиться спроба надати питанню політичне забарвлення. Зазначені процеси є актуальним для сучасної України, де перспективи ринкових реформ достатньо активно критикуються. Тому наукове обґрунтування можливості вирішення згаданих проблем становить як загально теоретичний, так і практичний інтерес.

Питання ідентифікації та моделювання ринку можна віднести до найбільш популярних в економічній літературі впродовж останніх щонайменше 400 років. При цьому інтерес до зазначеної теми різко зріс із середини XX ст. по мірі формування усталених поглядів про необхідність регулювання ринку. З величезної кількості наукових праць з питань опису ринку як інституціонального та функціонального явища слід чітко визначити основні роботи, які обумовили принципові положення загальної теорії ринку. Як засвідчили результати досліджень, переважна більшість відомих робіт представляють собою скоріше варіанти аргументацій (чи сукупності контраргументів) на користь того чи іншого вихідного концепту. Також проблематичним уявляється формування вітчизняного аналогу ринкової теорії.

Істориками економічної науки акцентовано увагу [1] на ознаках теорії меркантилізму як першої окремої системи поглядів на сутність та роль ринку. Вважаємо, що, навіть за умови відсутності достатньо систематизованих науково праць, теорія меркантилізму може бути визнаною як базова з огляду на широке втілення її принципів у практику практично всіх країн у період XI-XVII ст.

Відповідно в якості фундаментальних робіт з питань теорії ринку в індустріальну епоху необхідно розглядати насамперед праці А. Сміта [2], де було визначено роль та принципи існування суспільства з ринковою економікою. В теоретичному контексті розгляду питання формування базової теорії «вільного ринку» принциповими вважаємо також роботи Ж.-Б. Сея [3], де знайшло місце формулювання т.з. «закону ринків». Надалі теорія економічного лібералізму класичної політекономії набула трансформації у 30-х рр. XX ст. під впливом робіт Д.Робінсон [4], Е.Чемберліна [5], Д.Кейнса [6]. Саме на основі досліджень зазначених вчених, як відомо, було сформульовано т.з. «сучасні доктрини державного регулювання економіки» [1]. Такі доктрини у другій половині XX ст. зазнали логічного корегування у теоріях неокейнсіанства та неолібералізму [7]. Окремим етапом формування альтернативної економічної теорії, у т.ч. теорії ринку, на рубежі XIX-XX ст. та у першій чверті XX ст. стали роботи Т. Веблена, Д. Коммонса, У. Мітчела [1, 8], що визначило формування інституціоналізму.

На нашу думку, зроблений вище перелік робіт принципово відбиває ретроспективний і гносеологічний процес формування переліку варіативних методологічних позицій в рамках змістовного поля загальної теорії ринку. Ці позиції мали різне змістове наповнення, у т.ч. окремий рівень альтернативності поглядів. Загалом саме на основі цих робіт, а також теорій, які вони представляли свого часу, і може аналізуватися проблемне поле питань зазначеної теорії із визначенням - умовно кажучи – найкращого (найбільш адекватного реаліям самого ринку та можливості його регулювання) варіанту. Саме це залишається, одним із найменш висвітлених питань економічної науки.

Під “ринком” розуміємо систему обміну товарами та послугами, існуючу в даний момент у конкретному суспільстві. Вважаємо це визначення достатньою універсальним і характерним для розуміння зазначеного інституту на всіх етапах розвитку цивілізації. Натомість принциповим є насамперед питання гносеології категорії “ринок”, по-перше з точки зору ретроспективи процесу, а з іншого – виділення ключових характеристик категорії, що були привнесені в різні періоди економічної історії з позицій суспільних очікувань від ринку, а також розуміння законів його функціонування.

Нами запропоновано принципову методологічну схему еволюції основних теорій ринку та відповідних моделей. Відповідно такі було запропоновано розглядати як теорії трьох порядків. До I – базового – рівня теорій (своєрідних *метатеорій*) були віднесені меркантилістська, інституціональна та теорія «вільного ринку» класичної політекономії. Термін «базовість» було застосовано з огляду на те, що такі наукові підходи стали: по-перше, ретроспективно вихідними, а по-друге, визначили основні варіації теоретичних поглядів, на основі яких здійснювалася дискусія у подальшому. До II рівня теорій були віднесені теорії недосконалої конкуренції Д. Робінсон, монополістичної конкуренції Е. Чемберліна, а також концепція стимулювання сукупного попиту Д.Кейнса. Відповідно до теорій III рівня було віднесено теорії ринку неокейнсіанства та неолібералізму. Позиція авторів полягала у тому, що за зазначеним алгоритмом загальну теорію ринку слід розглядати як сукупність принципових положень метатеорій, теорій II та III рівнів за умови *логічної інтерпретації та взаємоузгодженості* їхніх принципових положень.

Так, безумовно визначальне значення має аналізування змісту теорій метарівня. Як відомо, в економічній історії меркантилізм став першою ринковою теорією загальної комерціалізації господарського життя за масштабної участі державних структур. Ця парадигма будувалася на

визнанні визначальної ролі золота та коштовностей, політики протекціонізму та забезпечення активного торговельного балансу, торговельного капіталу та ін. Значення цієї теорії полягає: по-перше, у здійсненні глобального експерименту побудови відповідної моделі ринку, а, по-друге, у визначенні універсальних критеріїв та одночасно підстав для подальших дискусій щодо раціональності економічної ідеології за критеріями державного регулювання, грошово-фінансової політики, ролі окремих галузей народного господарства у створенні багатства і т.д. Так чи інакше, а сучасна будь-яка економічна політика державного (національного) рівня передбачає використання елементів меркантилістської теорії, або ж ігнорування таких чи пошук гібридних форм втілення згаданих елементів.

Слід особливо підкреслити, що в історичному контексті постулати класичної політекономії було проголошено свого часу як безкомпромісна альтернатива меркантилістським ідеям. Тобто, за всіма означеними моментами ідеологія економічного лібералізму класичної політекономії передбачала свободу ринків (вільну конкуренцію, торгівлю, ціноутворення та невтручання держави в економіку), визнання провідної ролі матеріальних сфер народного господарства та категорії витрат у законах ціноутворення, зведення ролі грошей до кількісних функцій (відповідно до «кількісної» теорії грошей). У згаданій роботі А. Сміта [2] було визначено роль та принципи існування суспільства з ринковою економікою як найбільш вигідного сценарію розвитку, тоді як у працях Ж.-Б.Сея [3] було сформульовано т.з. «закон ринків» або тези про здатність ринків до саморегульованості і самовідновлення у разі відсутності зовнішніх регуляцій. При цьому такі регуляції апіорі визнавалися дестабілізуючими і негативними.

Приблизно через століття після робіт класиків політекономії - у 30-х рр. ХХ ст. - теорія «вільного ринку» зазнала суттєвого і - за рядом моментів - принципового корегування. В науковій літературі це традиційно пов'язують із Великою депресією 1929-1933 рр. [1]. Сам факт кризи засвідчив про неможливість за постулатами класичної економіки передбачити цієї кризи, надати якесь повне пояснення її причин, а також обґрунтувати шляхи виходу із неї. Як вже відзначалося, корегування теорії вільного ринку у цей час було здійснено у роботах Д.Робінсон [4], Е.Чемберліна [5] і - дещо пізніше – Д. Кейнса [6]. Слід особливо зазначити, що сутність корегування за вказаними джерелами істотно різниться між собою, що потребує окремого детального пояснення.

Так, Д.Кейнс довів неадекватність «закону ринку» в інтерпретації Ж.Б.Сея щодо можливості самовідновлюватися через т.з. «психологічний закон», а саме – зростання частки непродуктивних накопичень частини грошової маси та вилучення останньої із грошового обігу. Свого часу такий обіг було визначено Ж.-Б.Сеєм як визначальна умова задоволення потреб бізнесу у грошовій масі з одного боку, а також формування достатніх можливостей щодо суспільного попиту – з іншого як запорука усунення економічних криз. Проте у реальності, на думку Д. Кейнса, відбувається порушення балансу між попитом і пропозицією внаслідок порушення обігу грошової маси. Відповідно Д. Кейнсом було запропоновано концепцію стимулювання попиту шляхом державного втручання у грошовий обіг через зростання зарплат, вплив у цей спосіб на кредитні відсотки, стимулювання інвестиційного процесу та зайнятості і т.ін.

Натомість Д.Робінсон і Е.Чемберліном було поставлено під сумнів один з визначальних постулатів ідеології економічного лібералізму – наявність т.з. «вільної» конкуренції як такої. Натомість даними вченими було акцентовано у вагу на тому, що у реальному світі існує недосконалий (за [4]) та «монополістичний» (за [5]) тип конкуренції.

З огляду на відносно незначне поширення ідей зазначених вчених до останнього часу в Україні, слід звернути особливу увагу на характеристиках цих категорій, навіть з метою популяризації відповідної методології.

Так, вільна (ідеальна) конкуренція передбачає наявність рівних умов для всіх агентів ринку, а також присутність повної інформативної бази про ринок для всіх його учасників. Обоє умов насправді не існує і не може бути апіорі. Так, за Е. Чемберліном, будь-який суб'єкт ринку має якісь особливості, відмінності, які за певних обставин потенційно можуть трансформуватися у більші чи менші конкурентні переваги. Саме це визначення таких унікальних у кожному разі особливостей було вкладено у термін «монополістична конкуренція». Наявність таких монополістичних ознак обумовлює як основний поведінковий мотив для будь-якого суб'єкту ринку розвинути та захистити такі монополістичні переваги, що визначає чи не самий потужний вектор розвитку універсального ринку. Вважаємо, що тлумачення терміну «монополізм» (монополістична перевага, конкуренція і т.п.) та переважне розуміння монополізму та монопольного становища у більшості джерел сучасної

літератури, у т.ч. вітчизняній, призвело в економічній науці до невиправданого дуалізму та підміни понять. Щонайменше, це потребує уточнення як використовується в даному разі термін «монополізм». Проте найбільш негативним є, на нашу думку, те, у подальшому все, що пов'язане із даним терміном набуло – принаймні у вітчизняній літературі – лише одного розуміння, яке реалізовано переважно у визначенні шкідливої ролі монополізму як такого (що і так ніким під сумнів не ставилося і не ставиться) та значення антимонопольних політики та законодавства. Натомість тлумачення Е. Чемберліна залишається фактично поза рамками теорії і практики регулювання ринку, а також опису універсальних його складових і механізмів функціонування у вигляді ідеї про те, що вся економічна система є сукупністю суб'єктів з явно ідентифікованими монополістичними відмінностями, а також про те, що регуляції повинні – як обов'язкова умова - будуватися з огляду на наявність таких ознак.

З іншого боку – за Д. Робінсон - у реальному конкурентному середовищі завжди існує ефект узгодженості тією чи іншою мірою дій конкурентів (на цьому власне і ґрунтується сутність терміну «недосконалість»), чого за вільної конкуренції бути не може. Більше того, вільна конкуренція є не вигідною для суспільства, адже у тривалому періоді призводить до банкрутства переважної більшості учасників ринку, неможливості модернізації бізнесу, масового скорочення робочих місць та закономірно призводить до монополії. Парадоксом економічної ринкової теорії є те, що усунення загрози монополії на ринку потребує саме недосконалого типу конкуренції, і, навпроти, ліквідації навіть теоретичних умов для створення вільної конкуренції. Заключним висновком обох теорій стало твердження про те, що конкуренція, будучи навіть недосконалою, має практично невичерпний потенціал для розвитку всієї соціально-економічної системи, але при цьому є вразливим і обмеженим феноменом, який потребує захисту. Будь-яке принципове державне регулювання повинно будуватися в ідеологічному полі мети досягнення виправданого рівня такого захисту.

Звертаємо увагу на тому, що обидві вище згадані теорії – Д. Робінсон і Е. Чемберліна - доцільно розглядати як єдиний концепт – теорію (-ї) недосконалої конкуренції, що і має місце у частині іноземних джерел. Таким чином, недосконалість реального конкурентного середовища передбачає монополістичний його характер і, більше того, обумовлене саме останнім. Натомість вважаємо, що за змістом логіки пізнання ринку та його законів теорії Д. Кейнса і недосконалої конкуренції представляють собою принципово різні наукові підходи, і це було підтверджено у наступному на практиці.

Так, на основі вчення Д. Кейнса у 50-70-х рр. XX ст. було сформульовано неокейнсіанство, яке слід розглядати як окремих, видозмінений варіант теорії ринку. Так, якщо головним критерієм регулювання ринку Д. Кейнс вважав показники зайнятості (т.з. «вага Кейнса» між інфляцією та безробіттям), то неокейнсіанство розглядало зазначене через призму забезпечення прийнятних темпів економічного зростання. Зрозуміло, що така різниця у критеріях оптимальності та доцільності регуляцій обумовлює принципово різні позиції щодо ролі та змісту державної економічної політики. Як відомо, теорію неокейнсіанства було активно використано в економічній політиці ряду західноєвропейських країн та США у цей час.

Натомість трансформацію теорій недосконалої конкуренції у другій половині XX ст. правомірно розглядати через історію формування та розвитку теорії неолібералізму. Остання, як відомо, бере свій початок з кінця 30-х рр. XX ст. (т.з. «колоквіум Ліппмана») [1].

З 60-х рр. XX ст. ідея неолібералізму була реалізована у ряді наукових течій даної теорії: монетарній, фрайбузькій (ордоліберальній), англійській, французькій та ін. школах. Наслідуваність зазначеної теорії до теорій недосконалої конкуренції вбачаємо у тому, що неолібералізм саме обґрунтовував необхідність та межі регуляцій через критерій захисту та розвитку конкуренції. Основні положення неолібералізму також, як і неокейнсіанство, були реалізовані у практичній політиці урядів ряду західних країн (ФРН, США, Англія та ін.) в період 50-90-х рр. XX ст.

Окреме місце у ряду теорій ринку займає теорія інституціоналізму. Як відомо, основи цієї теорії було закладено у роботах представників американського інституціоналізму. Тим не менше, детальне вивчення зазначених робіт надає підстави для висновку про явну неоднозначність даних поглядів щодо можливості висвітлення сутності ринку. Так, у роботах Т. Веблена [8] яскраво прослідковується негативна оцінка ринкової економіки США зразка початку XX ст. Подібна критика негативної ролі бізнесу виглядає логічною і емоційно привабливою, проте пропозиції цього вченого щодо передачі влади фахівцям-інженерам ні у ті часи, ні сьогодні серйозною альтернативою суспільного розвитку не розглядалася і навряд чи може сприйматися зараз. У відомих працях Д. Коммонса [9] викладено

розгляд категорії ринкової економіки через сукупність правових аспектів, у т.ч. можливості регуляцій та усунення наявних дисфункцій ринку, проте юридичні передумови державного регулювання не стосувалися розгляду моделі ринку як такої. Роботи У. Мітчелла [10] представляли собою одну з перших спроб побудувати економетричну модель ринку за сукупністю узгоджених логічно соціально-економічних показників, які відбивають характеристики тих чи інших інституційних норм як складових універсального ринку; проте і у цьому разі це скоріше одна із позицій опису технічних, результативних характеристик ринку, а не функціональних факторів та законів. Саме тому наша особиста позиція полягає у тому, що використання інтелектуального апарату інституціональної теорії для побудови репрезентативної моделі ринку є найбільш проблематичним серед інших варіацій теорій ринку. Цю теорію (а, точніше, парадигму, тобто систему окремих поглядів) доцільно розглядати як окрему методологію аналізування, яка теоретично не суперечить будь-якій принципові теорії ринку і відповідно може бути використаною такими.

Вибір якоїсь теорії із множини альтернатив представляється фундаментальним етапом реалізації методологічної позиції у реальне життя. Процес у цьому разі виходить за межі схоластичної дискусії, перетворюючись у реальну економічну політику з усіма її можливими наслідками. Історія цивілізації переповнена прикладами того, як така політика ставала поштовхом до розвитку або ж призводила до занепаду. Так, у літературі детально описаний ефект т.з. хлібних законів у часи Д. Рікардо [1]. Впродовж відносно невеликого періоду становлення ринкових відносин в Україні вже можна стверджувати про такі вдалі ефекти як формування ринкових механізмів розвитку ринку олієжирової продукції, сої, зерна; натомість зворотними прикладами є історія практично повного занепаду таких галузей як льонарство, хмелярство, виробництво цукрових буряків, цілі галузі тваринництва та ін. Звідси вибір адекватної теорії ринку слід розглядати як вибір, де помилка повинна виключатися, а досвід не може ігноруватися. Саме тому ще раз наголошуємо на тому, що за кожною теорією і моделлю ринку, які було розглянуто вище, постає логіка побудови якогось типу регулятивної політики. Аналізування таких типів дозволяє виділити 2 різновиди регуляцій:

- 1) орієнтовані на якісь технічні параметри ринку (наприклад, монетарні – за теорією меркантилізму та неолібералізму, показники зайнятості – за Д. Кейнсом, темпи економічного зростання – за неокейнсіанством);

- 2) орієнтовані на показники конкурентного середовища (за теоріями «вільного ринку» та недосконалої конкуренції).

Різниця між зазначеними різновидами представляється ключовим моментом дискусії. Їх принципово відрізняє ідеологія регуляцій насамперед щодо критеріїв досконалості ринку та відповідних показників.

Вважаємо, що регуляція може бути дієвою як стратегія розвитку лише при наявності зрозумілої ідеології, прийнятої для агентів ринку. При цьому, чим ширше коло агентів, які поділяють дану ідеологію, тим більше шансів у таких регуляцій бути схваленими суспільством. В ідеалі така ідеологія повинна мати підтримку всіх груп агентів, і саме це є єдиним критерієм коректності регулятивної політики.

Так, критерій зайнятості (кейнсіанська модель) відбиває інтереси соціально орієнтованої частини суспільства, для якої зменшення безробіття є однозначно важливішим аніж будь-які інші економічні показники. При цьому така політика входить у пряме протиріччя із інтересами бізнесу, який налаштований передусім на ринкову ефективність у вигляді прибутковості. Адже вся політика кейнсіанства передбачала досягнення зайнятості за рахунок інфляції.

Монетарні параметри ринку неоліберальної моделі (стабільність грошової системи) відбиває інтереси бізнесу та фінансових інститутів (банківського, торговельного капіталу в першу чергу), проте здійснення жорсткої грошової політики «дорогих грошей» при цьому, як правило, супроводжується ефектом зростання безробіття; таким чином дана політика завжди матиме дуже численну групу опонентів.

Регуляція за неокейнсіанською моделлю, на нашу думку, взагалі не відбиває інтересів великих груп агентів ринку, а є скоріше своєрідною системою моніторингу національної економіки та експериментів із варіативністю низки показників у ряді якихось дій уряду.

Слід прийняти за аксіому, що теорія «вільного ринку» класичної політекономії сьогодні повинна сприйматися скоріше як легенда економічної науки, як теорія, яка свого часу змінила логіку історії цивілізації. Найбільш вірним і логічним інтерпретацією ідеології економічного лібералізму є, як вважаємо, теорія недосконалої конкуренції. Саме її використання надає адекватне розуміння

принципової суті реального конкурентного середовища із найбільш можливим збереженням політекономічних ідей капіталізму. Головним аргументом при цьому є те, що критерій захисту конкурентного середовища як детермінанта мета регуляції об'єктивно відбиває інтереси всіх груп агентів ринку. Іншими словами, у цьому зацікавлені всі. Саме тому цю теорію слід розглядати як по суті єдину вірну концепцію соціально-економічного розвитку для всіх груп країн.

Між тим досвід практичного втілення основних доктрин ринку свідчить, що теорія недосконалої конкуренції у достатньо повному вигляді такої реалізації фактично не мала. Таким чином, для економічної науки характерним є парадокс, коли найбільш змістовна щодо дійсного відображення законів ринку теорія – теорія недосконалої конкуренції – мала найменшу історію практичного впровадження.

Дискусію про вибір вірної теорії ринку можна спроектувати на реалії вітчизняного ринкового середовища. Історія пострадянської України свідчить про 2 основні етапи становлення ринкових відносин: 1) з 1991 р. до середини 90-х рр. XX ст., коли в країні здійснювалась неокейнсіанська тип стимулювання вітчизняного виробництва шляхом активної емісії грошової маси; 2) після 1995 р. (введення повноцінної національної грошової одиниці), коли втілювалися принципи жорсткої монетарної політики, побудованої за критерієм стабільності фінансово-грошової системи. На наш погляд, результативність обох типів політики була доволі сумнівною, що є окремою темою обговорення і виходить за межі даної статті.

Розглянемо основні можливі варіанти регуляцій даного ринку.

I. *Коли за критерій регулювання береться динаміка виробництва*, і саме з цим пов'язується одночасне вирішення проблеми безробіття (типова кейнсіанська і неокейнсіанська моделі). У цьому разі повинні здійснюватися державні програми підтримки галузі. Відповідно бюджетні витрати повинні надходити у різний спосіб до товаровиробника. Проте, проблема полягає у наявності яскраво вираженого ефекту перевиробництва, неможливості збувати додаткові обсяги продукції, низькій прибутковості, рентабельності, якості продукції. Інвестиційній привабливості. На цьому негативному фоні збільшення обсягів виробництва нічого не змінює.

II. *Коли за основу беруться монетарні показники* – наприклад, рентабельність галузі (неоліберальна модель). У цьому разі для галузі повинні створюватися протекціоністські заходи штучного досягнення прийнятного рівня рентабельності (наприклад, 15-25%). Це означатиме на практиці бюджетування виробників у вигляді цільових дотацій, що принципово нічим не відрізняється від попереднього випадку.

Обидва варіанти втілювалися впродовж десятиліть у вигляді різноманітних програм підтримки вітчизняного тваринництва без істотного успіху і супроводжувалися згортанням виробництва по суті із збереженням або навіть посиленням всіх інших дисфункцій. Очевидно, що такі сценарії є скоріше реакцією на прояви, а не саму «хворобу».

III. *Коли причина негараздів вбачається у недосконалому конкурентному середовищі* (за теорією недосконалої конкуренції). Регуляція такого типу передбачає зміну інституційних основ існуючого конкурентного середовища, наявних економічних конфліктів між основними групами агентів даного ринку. Цей варіант, очевидно, є мінімально витратним, але саме основне – спрямований на вирішення підґрунтя дисфункцій, а не зміну технічних параметрів ринку.

Водночас слід зазначити, що для вітчизняної економічної науки питання об'єктивної ідентифікації дисфункцій ринку – визначення сукупності критеріїв і показників таких дисфункцій, методичного обґрунтування оцінювання ступеня останніх, моделювання та прогнозування змін конкурентного середовища під впливом зовнішніх регулятивних впливів – не має належного наукового висвітлення, що визначає перспективи подальших досліджень.

Таким чином, сучасне тлумачення ринку так чи інакше методологічно ґрунтується на положеннях (переважно дискусійних), сформульованих історично у відповідних теоріях, течіях, наукових школах (див. табл. 1). В кожному разі мала місце особлива позиція на тлумачення сутності ринку та фактори, що його визначають; в кожному разі акцент було зроблено на особливі причинно-наслідкові зв'язки ринку як системи. Ще раз наголошуючи на відсутності завершеної і достовірної сучасної теорії ринку, тлумачення останнього не може ігнорувати зазначені погляди не залежно від точки зору аналітика-практика, який на державній посаді намагається сприяти створенню ринку, який би найбільшою мірою відповідав запитам суспільства.

Загалом зазначені підходи дозволяють виділити такі складові – тези, положення, фактори - теорії ринку: регуляції, грошова система, концепт економічного лібералізму (доцільність невтручання

держави в економіку, вільні: торгівля, ціноутворення та конкуренція), конкурентне середовище, баланс між попитом і пропозицією, характер розподілу доданої вартості та доходів/вигоди учасників ринку, неекономічні фактори (національні, психоетичні та ін.), зайнятість (темпи економічного зростання). На змістовному полі вказаних факторів і можливо здійснити опис моделі універсального ринку.

При цьому найбільш дискусійними залишаються наступні моменти: 1) сутність державного регулювання (його доцільність, межі, форми і т.д.); 2) що розуміти під станом досконалого/недосконалого конкурентного середовища; 3) роль грошей (кількісна чи монетарна інтерпретація); 4) справедливість ринкового обміну; 5) межі економічної свободи та ін. І саме основне – якою є модель функціонування ринку та які і якими повинні його характеристики, що були б визнані як суспільно прийнятні (очевидно, саме останнє складає суть термінів «ефективний» чи «досконалий» ринок).

Для відповіді на ці питання пропонуємо математичний вираз моделі ринку – т.з. «формулу ринку» (авторський термін). Початковою тезою формули є констатація визначальної ролі 2 факторів ринку: попиту і пропозиції/

Тлумачення і пропозиції, і попиту потребують особливої деталізації. Так, відношення пропозиції до попиту відображає сутність ринку: попит є умовно об'єктивним, тоді як пропозиція – орієнтується на рівень попиту. Баланс між попитом і пропозицією матиме місце при значенням близьких до 1,0 в.од., тобто бізнес (пропозиція) забезпечує попит (суспільство) необхідними благами за кількістю, якістю, асортиментом та номенклатурою. В економічному сенсі формули мова йде на орієнтування пропозиції на платоспроможний попит, звідси такий повинен закономірно формуватися в даній економічній системі. Значні відхилення від 1,0 свідчать про економічну кризу (дефіциту чи перевиробництва) з усіма наслідками зазначеного. Коефіцієнт співвідношення 1,0 формується на основі грошових оцінок потреб і пропозиції, звідси – універсальне тлумачення розміру (вартості) будь-якого ринку.

В свою чергу, відзначено позицію можливості т.з. «оптимального» значення попиту, яке залежить, з одного боку, від потенційних (умовно кажучи – біологічних чи об'єктивних) потреб суспільства, а, з іншого, за вже згаданого платоспроможного попиту. Економічна система побудована таким чином, що об'єктивний попит завжди перевищуватиме платоспроможний. Ідеальним (оптимальним) стан попиту може вважатися за позиції максимального наближення платоспроможного попиту до об'єктивного; перевищення цього значення описано абсурдом «ефекту Веблена», що можливо лише для дуже обмеженої частини соціуму. Звідси задача системи – не збільшити ринок як такий, а звести його технічні характеристики до оптимального значення за співвідношення 1,0 між попитом і пропозицією за умови максимального забезпечення попиту.

Таке просте на перший погляд співвідношення має істотні доповнення за рахунок імплементації до формули факторів, які мають функціональний – прямий та/і опосередкований, підсилюючий чи обмежуючий вплив, що може бути виражений математично як коефіцієнт (від 0,0 до 1,0) стосовно результуючого показника функціональної залежності стану ринку від державного регулювання, стану конкурентного середовища, інфраструктури ринку, грошової системи. Оптимальний стан вказаних факторів ринку математично відображає ступінь сприяння досягненню співвідношення між попитом і пропозицією близьким до 1,0 (досягнення балансу ринку).

Моделювання попиту і пропозиції є по суті єдиною задачею в силу взаємозалежності залучених величин. Натомість якісь обмеження можуть бути згрупованими стосовно попиту і пропозиції окремо.

Так, прогнозування попиту, як вважаємо, є менш складною задачею. Об'єктивний попит може бути представлений сукупністю необхідних благ в розумних межах; складність моделювання при цьому полягає у формуванні прийнятного платоспроможного попиту в цілому та стосовно кожного індивідууму, що в першу чергу залежить від досконалості фінансово-грошової системи.

Технічно більш складною задачею представляється моделювання пропозиції. Звідси запропонована формула ринку передбачає наступне: система (бізнес) повинна тяжіти до найбільшої результативності, найменших витрат, а також утримання соціально прийнятного рівня доходів найбільш чисельної частини суспільства у вигляді заробітної плати. Маніпуляції значень в рамках вказаних обмежень у кожному конкретному випадку буде мати індивідуальний сценарій. Проте логіка функціонування системи є достатньо типовою.

Інтерпретація запропонованого математичного апарату для управління репрезентативним

ринком дозволяє визначити множину критеріїв і показників для опису стану останнього (табл. 1).

Таблиця 1

Характеристики універсального ринку

Групи критеріїв	Критерії	Показники	Індикативна роль показника
Економічність ринку	Розмір ринку Економічна ефективність ринку.	Вартість (оцінка попиту, пропозиції) в грошових одиницях/фізичних величинах. Розмір доданої вартості. Норма прибутковості. Рентабельність бізнесу (виробництва) Витрати виробництва. Відповідність фінансово-грошової системи та інфраструктури ринку.	Максимізація попиту до значень об'єктивного та оптимізація пропозиції за мети балансу значень близько 1,0 Відповідність до логіки функціонування будь-якої економічної системи.
Соціальність ринку	Рівень соціально-економічної сегрегації основних груп агентів – учасників ринкових відносин Соціальна ефективність ринку.	Розрив між об'єктивним і платоспроможним попитом. Рівень заробітної плати. Кількість робочих місць. Мотивованість до підприємництва, праці, співпраці, корпоратизації системи відносин і т.ін.	Забезпечення прийнятних соціальних стандартів. Забезпечення мотивації всіх учасників ринку.
Регулятивність ринку	Рівень лібералізації ринку. Стан конкурентного середовища. Ступінь втручання у ринок.	Ступінь обмеження ринку (бар'єрів входження на ринок). Захист конкуренції. Рівень протекціонізму. Рівень корупції, Ступінь ідентифікації та обмеження опортуністичної поведінки учасників ринкових відносин. Адекватність системи моніторингу ринку (збір інформації, коректність її аналізування та прийняття рішень у сфері регуляцій). Ступінь політичної/кланової залежності уряду.	Функціональна роль фактору регуляцій на соціально-економічні показники системи ринку

Джерело: складено автором

У такому огляді сукупності теорій ринку постає питання оцінювання їхньої прикладної цінності. Якщо є підстави стверджувати про вищу результативність якоїсь теорії, то, очевидно, це буде підставою визнати більш високий рівень її адекватності стосовно реальних ринкових процесів та принципової можливості управляти ними. У цьому разі слід особливо відзначити, що неможливо ні спростувати якісь із перелічених теорій, ні визнати абсолютну їхню перевагу. Всі згадані теорії (окрім інституціональної) були проголошені як ідеологічна основа для побудова політики державного регулювання у різні часи, у різних країнах. Досвід свідчить, що практично всі основні теорії ринку за їхньої реалізації мали успіхи та призводили до дисфункціонального стану і погіршення соціально-економічних показників. Це наштовхує на думку про те, що: або втілення теорій було недостатньо вдалим, або ж цивілізація і досі не створила вірної теорії ринку. В свою чергу переконані, що лише теорія «вільного ринку» стала, як вважаємо, предтечею для формування сучасних концептів ринку. При цьому створення нового варіанту теорії ринку, адаптованої до умов ХХІ ст., повинно будуватися на перегляді змістовного потенціалу теорії недосконалої конкуренції, і це є виключно актуальним для ринків транзитивних економік. При цьому головним питанням є визначення бажаних для суспільства параметрів недосконалої конкуренції, а також які соціальні та економічні витрати необхідні для досягнення та захисту таких параметрів, що і визначає перспективи подальших досліджень.

Оцінювання ефективності моделі ринку потребує комплексного, інтегративного оцінювання за множиною факторів та елементів, що складають дану модель. Постіндустріальне тлумачення ефективності моделі ринку передбачає максимізацію вигоди для всіх учасників ринку, низки соціально-економічних показників (кількості робочих місць) прибутковості, мак задоволення потреб. Можна очікувати, що маніпулювання кількісними співвідношеннями за сукупністю наведених формул і обмежень значень дозволить звести управління ринком до логічної технічної операції, доцільність якої очікується у вигляді загального суспільного приросту ефекту від ринку.

Вважаємо те, що управління ринком – здійснення цільового впливу на цей інститут – є водночас простою і виключно складною операцією. Складність обумовлена перш за все необхідністю дотримання обмежень і цілей управління (впливу), що унеможливорює залучення інших мотивів – політичних, особистісних, кон'юнктурних, корупційних і т.ін. Відповідно менеджери ринку повинні

належати до еліти управлінців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ядгаров Я. С. История экономических учений / Я. С. Ядгаров. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 230 с.
2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М.: Соцэкгиз, 1962. – 684 с.
3. Сэй Ж.-Б. Трактат по политической экономии / Жан-Батист Сэй. – М.: Дело, 2000. – 540 с.
4. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции / Дж. Робинсон. – М: Юрайт, 1986. – 450 с.
5. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции: реориентация теории стоимости./ Э.Чемберлин. – М: Юрайт, 1996. - 650 с.
6. Кейнс Д. Трактат про грошову реформу. Загальна теорія зайнятості, відсотку та грошей / Дж. Мейнард Кейнс. – К.: Либідь, 1999. – 190 с.
7. Хайек Ф. Индивидуализм и экономический порядок / Фридрих Хайек. – Челябинск: Социум, 2011. – 394 с.
8. Веблен Т. Теория праздного класса / Т. Веблен. – М. : Прогресс, 1984. – 367 с.
9. Commons J. R. *Economics of Collective Action* / J. R. Commons. – New York : Macmillan, 1950. – 420 p.
10. Митчелл У. Экономические циклы: Проблема и ее постановка / У. Митчелл. – М.: Наука, 1930. – С. 109.

Мороз Олег Васильович – д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту, маркетингу та економіки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: ovmorozz@ukr.net

Oleg V. Moroz, d. e., Professor, head of Department of management, marketing and economy of Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: ovmorozz@ukr.net

ЗМІСТ КАТЕГОРІЇ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА» НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Стаття присвячена аналізу сутності категорії «конкурентоспроможність підприємства». Зазначена категорія розглядається через призму поведінкового підходу до конкуренції і теорії ресурсних переваг. Визначено, що на сучасному етапі елементами конкурентоспроможності підприємства є конкурентні переваги, здібності, ключові компетенції.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, конкуренція, теорія ресурсних переваг, ключові компетенції, конкурентні переваги.

Abstract

The article deals with the insight into the essence of enterprise competitiveness. The named category is viewed in the context of behavioral approach to the competition as well as resource-based theory. It is determined, that the main elements of enterprise competitiveness are resources advantages, core competencies and competitive advantages.

Key words: enterprise competitiveness, competition, resource-based theory, resources advantages, core competencies, competitive advantages.

Вступ

Конкурентоспроможність як важлива категорія ринкової економіки характеризує можливість та ефективність пристосування економічної системи до умов зовнішнього середовища. На сьогодні актуалізується потреба дослідження в галузі конкурентоспроможності економічних систем, зокрема підприємств, з огляду на динамічне бізнес-середовище, в якому вони функціонують.

Результати дослідження

Огляд літератури засвідчив, що поняття «конкурентоспроможність» етимологічно пов'язане з поняттям «конкуренція». Разом з тим слід відмітити, що феномен конкуренції є об'єктом міждисциплінарного дослідження. При цьому виділяють економічний, політологічний, аксіологічний, соціобіологічний, соціологічний, інституціональний підходи до її аналізу. Для нас дослідницький інтерес представляє конкуренція з економічних позицій, а саме поведінковий, структурний, функціональний напрямки в рамках економічного підходу, а також економсоціологічний підхід, який виникає на стику економіки і соціології (табл. 1)

Таблиця 1 – Підходи до визначення категорії «конкуренція»

Підхід	Зміст підходу	Представники
Поведінковий	Конкуренція трактується як сила, що характеризує взаємодію попиту і пропозиції і забезпечує функціонування ринкового механізму ціноутворення і регулювання пропорцій суспільного виробництва [1-4]	А. Сміт, М. Портер
Структурний	Акцент зміщується з боротьби компаній одна з одною на аналіз структури ринку, увага дослідників фокусується не на суперництві у встановленні ціни, а на встановленні факту принципової можливості (або неможливості) впливу суб'єкта господарювання на загальний рівень цін на ринку [5; 6];	Ф. Еджворт, А. Курно, Дж. Робінсон, Е. Чемберлін
Функціональний	Конкуренція розглядається як обов'язкова характеристика ринку і як активний процес, результатом якого постає дихотомія суперництва і взаємодії [7-9], механізм забезпечення ефективної організації і функціонування системи господарювання;	Й. Шумпетер, Ф. Хайєк
Економсоціологічний	Конкуренція — це дії двох і більше агентів, націлені на отримання одного і того ж обмеженого ресурсу, доступного за певних зусиль з їхнього боку» [10; 11].	В.В. Радаєв, Н. Флігстін, В. Валерстайн

Тож, як бачимо, кожен з представлених підходів висвітлює певний аспект конкуренції, визначає конкретні методи її оцінки, а також вплив конкуренції на економіку.

Проведений аналіз економічних поглядів на конкуренцію дозволяє зробити такі висновки:

- 1) поняття конкуренції є багатозначним і не зводиться до деякого спрощеного її розуміння;
- 2) конкуренція як економічний феномен потребує системного підходу до вивчення з огляду на те, що вона проявляється на всіх рівнях економічної системи.

Згідно з [11] рівнями прояву конкуренції є макро-, мезо-, мікро-, нанорівень. На макрорівні (економіка в цілому) конкуренція постає як принцип функціонування ринкового господарства на мезорівні (окрема галузь) – як механізм взаємодії агентів ринкової економіки, на макрорівні (продуктивний ринок) – як спосіб досягнення економічних цілей, на нанорівні – як спосіб завоювання конкурентних переваг. Кожен рівень цієї системи є формою існування конкуренції певною підсистемою, яка забезпечує реалізацію одного з функціональних призначень конкуренції.

Важливими характеристиками конкуренції є конкурентоспроможність, що проявляється через взаємодію конкуруючих сторін – суб'єктів економічної діяльності, а також добросовісність конкуренції, яка пов'язана із дотриманням конкуруючими суб'єктами норм етики і культури.

Традиційно категорію конкурентоспроможності в економічних дослідженнях, як зазначено [13; 14], прийнято розглядати стосовно різних рівнів господарювання, а саме:

- конкурентоспроможність окремих видів продукції; виробництва; підприємства;
- конкурентоспроможність галузі, корпоративних об'єднань підприємств і фірм – конгломератів;
- конкурентоспроможність національних економік;
- конкурентоспроможність регіонів, країн, транснаціональних корпорацій.

В роботі [15, с. 69-70] визначено п'ять методологічних підходів до визначення змісту конкурентоспроможності як економічної категорії, а саме: об'єктивістський (існує одне єдине визначення змісту конкурентоспроможності, яке є істинним для деякої обмеженої множини об'єктів), конструктивістський (універсального визначення конкурентоспроможності не існує, зміст цього поняття визначається залежно від того об'єкта чи суб'єкта, до якого воно застосовується), системно-діалектичний (конкурентоспроможність має чіткий зміст і єдине визначене значення, але як загальна властивість може застосовуватись до будь-яких об'єктів, навіть тих, що не є елементами економічної системи), комбінований (поняття «конкурентоспроможності» не має єдиного визначення, коло об'єктів, до яких воно застосовується, є строго обмеженим).

В роботі [16, с. 206] проаналізовано наукові праці, присвячені концептуалізації категорії «конкурентоспроможність підприємства», і усі визначення згруповано за такими ознаками:

- 1) визначення, що ґрунтуються на внутрішній і зовнішній складових діяльності підприємства (фірми);
- 2) визначення, що ґрунтуються на товарній складовій конкурентоспроможності підприємства (фірми);
- 3) визначення, що поєднують товарну і виробничу складові конкурентоспроможності підприємства (фірми).

В цілому дослідники феноменів конкуренції і конкурентоспроможності дійшли згоди тільки в тому, що загальноприйнятого визначення конкурентоспроможності підприємства, яке б задовольняло усіх учасників ринкових відносин, немає.

Разом з тим, зазначимо, що сьогодні концепція конкурентоспроможності окрім економіки застосовується до значної кількості об'єктів, а саме: цивілізацій, культур, релігій, ідеологій, країн, галузей, ринків, фірм, політичних партій, працівників, населення, систем управління, стратегій тощо. Тобто, перебуває за межами конкурентного контексту, який передбачає визначення цілей конкуренції і конкурентів.

Теоретичний аналіз літератури дозволяє виділити перспективні напрямки для досліджень в галузі теорії конкуренції і конкурентоспроможності, зокрема конкурентоспроможність в контексті теорії конкуренції: як співвідносяться між собою категорії конкуренції і конкурентоспроможності; яке місце теорії конкурентоспроможності в економічних й управлінських науках; чи є теорія конкурентоспроможності самостійною чи комплексною галуззю знань, яка включає маркетинг, менеджмент, фінанси тощо? Кожна з названих проблем є предметом для окремих досліджень, які виходять за рамки цієї роботи. Ми обмежимося розглядом того, як співвідносяться між собою категорії конкуренції і

конкурентоспроможності, а також якими є суттєві ознаки поняття «конкурентоспроможність підприємства».

Таким чином, мета нашого дослідження полягає у визначенні сутності (змістовного наповнення) категорії «конкурентоспроможність підприємства» на сучасному етапі через її зв'язок з поняттям «конкуренція».

Як термін ділового спілкування конкурентоспроможність запозичено з англійської мови. При цьому «конкурентоспроможність» перекладають як «competitiveness». Хоча слово «competitiveness» може бути перекладеним і як конкурентність, тобто характеристика об'єкта, що вказує на конкуренцію в способі його функціонування, або як на умову його існування. Натомість конкурентоспроможність є характеристикою суб'єкта, яка вказує на його спроможність здійснювати конкурентні дії [15, с. 66].

Європейська комісія [17] розглядає англійський термін «competitiveness» теж у двох значеннях, а саме:

- 1) здатність компаній конкурувати на внутрішніх і зовнішніх ринках;
- 2) спроможність держав створювати і підтримувати конкурентні умови на своїх ринках.

Для того, аби окреслити коло об'єктів, до яких може бути застосована властивість конкурентоспроможності, необхідним є визначення меж застосування терміну конкурентоспроможності через з'ясування її характерних ознак. Ознаками конкурентоспроможності згідно з [15] є:

1) відносність: конкурентоспроможність виникає в результаті порівняння показників конкретного суб'єкта господарської діяльності з показниками конкурентів (відносно конкурентів). Відносність забезпечує зв'язок категорії «конкурентоспроможність» із концепцією конкуренції, за межами конкурентного контексту конкурентоспроможність перетворюється на ефективність, результативність, продуктивність, якість та інші внутріфірмові показники діяльності;

2) зумовленість: конкурентоспроможність залежить від поведінки фірми і конкурентів на конкретному ринку;

3) об'єктивність конкурентоспроможності: конкурентоспроможність як властивість іманентно притаманна підприємству, фірмі;

4) динамічність: конкуренція як процес триває в часі, показник конкурентоспроможності визначається станом на певну дату.

При цьому категорії «конкурентоспроможності» притаманним є дуалізм, а саме:

- конкурентоспроможність сприймається як результат, підсумок конкурентних дій підприємства (фірми, компанії);

- конкурентоспроможність розглядається як потенціал, ресурсне забезпечення, основа конкурентних дій підприємства (фірми, компанії); тобто, як ступінь забезпеченості ресурсами для майбутнього конкурентного розвитку.

Разом з тим, деякі дослідники розуміють під конкурентоспроможністю підприємства якість його продукції, показники ефективності його діяльності, продуктивність тощо.

В рамках поведінкового підходу конкурентоспроможність підприємства розглядається як результат гнучкого пристосування підприємства до змін зовнішнього середовища. Вибір фірмою тієї чи іншої стратегії ґрунтується на використанні галузевого підходу М. Портера [4], за якого усі ринки (галузі) поділяються на ефективні та неефективні. Рентабельність підприємства багато в чому залежить від вибору того чи іншого ринку.

Розглянемо основні важелі, які впливають на конкуренцію підприємств на ринку з т.з. М. Портера:

1) конкуренція в галузі. Для боротьби з конкурентами, що існують у галузі, необхідна диференціація товару і зміцнення іміджу марки. Диференціація знижує чутливість споживача до ціни і частково нейтралізує залежність фірми від нього, тобто зменшує здатність споживача торгуватися. Крім того, наявність елемента диференціації знижує тиск на фірму з боку інших конкурентних сил;

2) загроза приходу нових конкурентів залежить від висоти бар'єрів захисту від них і сили реакції, яку може очікувати потенційний конкурент. Існування бар'єрів входу і здатність фірми до відсічі утримують потенційних конкурентів від приходу на ринок;

3) загроза заміни товару або послуги. Фактично ціни на товари-замінники визначають найвищі ціни, які можуть визначати фірми, що діють на ринку. Чим привабливіший для користувачів товар-замінник, тим більш обмежені можливості підвищення цін на сам товар. Особливу увагу потрібно приділити витратам виробництва товару (їх бажано знизити), а також витратам переходу покупця на товар-замінники, які варто підвищити;

4) залежність від споживачів. Покупці, граючи на наявній конкуренції, можуть чинити на фірму тиск, тобто вони можуть змусити фірму знизити ціну, надати більший обсяг послуг за ту ж ціну або більш сприятливі умови платежу тощо;

5) залежність від постачальників. Умови, за яких фірми-постачальники можуть тиснути на клієнтів, аналогічні тим, які були розглянуті стосовно до клієнтів: група постачальників більш концентрована, ніж група їх клієнтів; постачальники не відчувають загрози з боку товарів-замінників; фірма не є для постачальника важливим клієнтом.

Далі на основі представлених п'яти основних конкурентних сил, що діють на ринку і впливають на фірму, автором [4] зазначається, що залежно від ринкової ситуації конкурентоспроможність фірми і її потенційний прибуток можуть варіюватися в межах двох граничних випадків:

1) конкурентоспроможність низька, потенційний прибуток мінімальний, коли вхід на ринок вільний; фірма не має можливості торгуватися ні зі своїми клієнтами, ні з постачальниками; на ринку присутня інтенсивна конкуренція; товари фірми не диференційовані або слабо диференційовані;

2) конкурентоспроможність висока і потенційний прибуток максимальний, коли існують бар'єри, які блокують вхід нових конкурентів; конкуренти в галузі відсутні або слабкі і нечисленні; покупці не можуть звернутися до товарів-замінників; покупці позбавлені можливості тиску, щоб домогтися можливості зниження цін; постачальники не мають можливості тиску, щоб домогтися підвищення цін.

Разом з тим в 1987 р. Р. Базел і Б. Гейл [18] опублікували результати досліджень, присвячених аналізуванню впливу маркетингових стратегій компаній на рівень їх прибутковості, які спростували гіпотезу про «хороші» і «погані» галузі з т.з. генерування прибутку і довели, що рентабельність фірми більшою мірою залежить не від виду діяльності фірми (або ринку, на якому діє фірма), а від факторів її внутрішнього середовища.

Як зазначається [19, с. 643], товари і послуги володіють двома фундаментальними характеристиками: якістю і ціною. В економіці вільного підприємництва існує два інститути, за допомогою яких ресурси акамулюються, трансформуються і доставляються кінцевому споживачу, а саме приватні фірми і ринок. Названі інститути співвідносяться з якістю і ціною товарів і послуг. Виробництво як процес надання ресурсам вигляду і якісних характеристик (ознак) конкретного продукту відбувається в межах фірми. Обмін результатами виробництва шляхом визначення їх економічної вартості або ціни відбувається на ринку, де функціонує фірма. В рамках неокласичного підходу концепція конкуренції традиційно асоціювалась лише з обміном, будучи виведеною за межі такої сфери економічного аналізу як виробництво.

Як зазначається [21, с. 52], конкуренція притаманна сфері відтворення в цілому. При цьому ігнорувати споживання при вивченні конкуренції не варто, але й не слід його гіпертрофувати. Виробництво, обмін, реалізація, споживання є рівнозначними елементами процесу відтворення.

Отже, існуючі відмінності у трактуванні поняття конкурентоспроможності підприємства обумовлені наявністю двох концепцій: інституційної (теорія галузевої конкуренції М. Портера) і ресурсної (ресурсна теорія), кожна з яких дає свою відповідь на питання, що є основою конкурентоспроможності підприємства (фірми, компанії) та запорукою її успіху в довгостроковій перспективі. В результаті еволюції та синтезу положень цих теоретичних напрямків у західній літературі сьогодні формується наступний етап дослідження джерел конкурентоспроможності підприємства – концепція (теорія) ресурсних переваг.

Вихідними положеннями теорії ресурсних переваг є такі тези [22; 23]:

- 1) попит є гетерогенним і динамічним;
- 2) інформація про споживачів є недосконалою і дорогою;
- 3) мотивація людей обмежується прагненням власної вигоди;
- 4) метою фірми є найвища фінансова ефективність;
- 5) інформація про конкурентів є недосконалою і дорогою;
- 6) ресурсами фірми є фінансові, фізичні, юридичні, людські, організаційні, інформаційні, соціальні;
- 7) ресурси фірми є гетерогенними і недостатньо мобільними;
- 8) роль менеджменту полягає у розробці, відборі, впровадженні і зміні стратегій підприємства (фірми, компанії);
- 9) конкурентна динаміка викликає нерівновагу.

В рамках теорії ресурсних переваг конкуренція розглядається як нерівноважний нестационарний процес, на який чинять вплив такі фактори зовнішнього середовища як:

- 1) ресурси суспільства, які використовують фірми;
- 2) суспільні інститути, що формують правила гри на ринку;
- 3) дії конкурентів;
- 4) дії споживачів і постачальників;
- 5) рішення в рамках державної політики.

Конкуренція виводить ринок зі стану рівноваги. При цьому учасники ринку борються за свої переваги. В ході конкуренції її учасники намагаються ефективніше за конкурентів використовувати наявні ресурси. Фірми на ринку володіють унікальними ресурсами і організаційним здібностями, які є джерелами економічних рент і визначають їх конкурентні переваги. При цьому конкурентна перевага фірми в рамках теорії ресурсних переваг тлумачиться як перевага, що виникає тоді, коли фірма реалізує таку стратегію створення вартості на основі своїх цінних і рідкісних ресурсів, яка одночасно не може бути реалізована ніким з її теперішніх чи потенційних конкурентів.

Згідно з [23, с. 99] конкуренція – постійна боротьба між фірмами за порівняльні переваги у ресурсах, які сприяють досягненню бажаного місця на ринку шляхом займання певних ринкових сегментів, і відповідно до більш високого фінансового результату.

На сучасному етапі в рамках теорії ресурсних переваг [22; 23] пропонується розрізняти чотири рівні конкурентоспроможності підприємства, а саме:

- перший рівень — менеджери зосереджені лише на випуску продукції, не зважаючи на споживача.
- другий рівень — менеджери прагнуть, щоб підприємство випускало продукцію за встановленими стандартами та нормами, яких також дотримуються конкуренти.
- третій рівень — менеджери не акцентують увагу на стандартах та нормах конкурентів, а потроху стають «законодавцями моди», щодо якості продукції та ефективності підприємства у галузі.
- четвертий рівень — коли у конкурентній боротьбі визначальну роль відіграє саме управління, а не виробництво, в наслідок чого підприємство стає «законодавцем моди» на даному ринку.

Формування стійких конкурентних переваг передбачає розробку стратегій на основі внутрішніх факторів підприємства, а саме унікальних ресурсів, здібностей (за аналогією зі здібностями людини), ключових компетенцій підприємства.

Таким чином, в рамках теорії ресурсних переваг [22; 23] конкурентоспроможність підприємства є характеристикою його здатності впливати на ринок для захисту накопичених і розвитку потенційних стійких конкурентних переваг у ключових сферах бізнесу на основі кращого, ніж у конкурентів використання існуючих та формування нових видів і комбінацій ресурсів та компетенцій для створення продукції з інноваційною споживчою цінністю.

Висновок

Отже, наше дослідження показало, що теорія ресурсних переваг підкреслює унікальність кожного підприємства (фірми, компанії) і визначає, що умовою конкурентоспроможності і рентабельності є не повторення моделі поведінки інших фірм на ринку, а використання відмінностей між ними. Створення конкурентної переваги передбачає формулювання і реалізацію стратегії, заснованої, перш за все, на внутрішніх чинниках підприємства: на унікальності набору ресурсів і здібностей кожного підприємства (фірми, компанії). Здатність фірм застосовувати конфігурації різних активів, з'єднувати ресурси зі знаннями є основою конкурентоспроможності в сучасному світі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Смит А. Исследование о природе и причине богатства народов / Адам Смит // Антология экономической классики: сборник. – М.: Бизнес – Пресс, 2003. – Т.1. – С.79-396.
2. Рикардо Д. Принципы политической экономии и налогообложения / Давид Рикардо. – Минск: БГУ, 2002. – С.120-122.
3. Маршалл А. Основы экономической науки / Альфред Маршалл; [предисл. Дж. М. Кейнса; пер. с англ. В.И. Бомкина, В.Т. Рысина, Р.И. Столпера; под науч. Ред. П.Н. Клокина]. – М.: Эксмо, 2007, - 830 с.
4. Портер Е. М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; пер. с англ. – [2-е изд.]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
5. Чемберлин Э.Х. Теория монополистической конкуренции / пер.с англ. Э.Г.Лейкина и Л.Я.Розовского; под. ред. О.Я. Ольсевича. – М.: Издательство иностранной литературы, 1959. – 415 с.
6. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции / Дж. Робинсон. – М.: Прогресс, 1986. – 472 с.

7. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия: [пер. с нем. и англ.] / Йозеф Алоиз Шумпетер. — М.: Эксмо, 2007. — 861 с.
8. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство / Пер. с англ.; под ред. проф. А.Н.Романова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. — 239 с.
9. Mohnen P. Competition and Performance: The Different Roles of Capital and Labor / Pierre Mohnen, Thijs ten Raa // Journal of Economic Behavior & Organization. — 2008. — Volume 65, Issues 3-4. — P. 573-584.
10. Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления / В.В. Радаев. — М.: ГУ ВШЭ, 2003. — 328 с.
11. Fligstein N. States, markets and economic growth / N. Fligstein // The economic sociology of capitalism. — Princeton: Princeton University Press, 2005. — PP. 119-143.
12. Тарануха Ю.В. Противостоящие подходы к анализу конкуренции / Юрий Владимирович Тарануха // «Капитал» и «Экономика»: вопросы методологии, теории, преподавания. — М.: Теис, 2011. — С.51-66.
13. Єлець О.П. Сутність конкуренції та конкурентоспроможності підприємства / О. П. Єлець, Є.В. Богдан // [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_7_082.pdf
14. Рибаківа О.В. Конкуренція і конкурентоспроможність: економічна суть та фактори підвищення [Електронний ресурс] / Рибаківа О.В. - Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Nvamu_ekon/2009_7/09rovaif.pdf
15. Коваленко А. И. Теоретические и методологические аспекты использования концепции «конкурентоспособности» в научных исследованиях / А.И. Коваленко // Современная конкуренция. — 2013. — № 6 (42). — С.65-79.
16. Плотичина Т.М. Определение конкурентоспособности предприятия / Т.М. Плотичина // Вестник ТГТУ. — 2010. — Том 16, № 1. — С.205-211.
17. Європейська комісія [електронний ресурс]: офіційний сайт. — Режим доступу: https://ec.europa.eu/growth/industry/competitiveness/index_en.htm
18. Buzzell, Robert D. The PIMS Principles: Linking Strategy to Performance / Robert D. Buzzell, Bradley T. Gale. — New York: The Free Press, 1987. — 322 pp.
19. McNulty P.J. Economic Theory and The Meaning of Competition / Paul J. McNulty // The Quarterly Journal of Economics. — 1968. — Vol. 82, No. 4. — PP. 639-656.
20. Vickers J. Concepts of Competition / John Vickers // Oxford Economic Papers, New Series. — 1995. — Vol. 47. No. 1 (Jan., 1995) — PP.1—23.
21. Рубин Ю.Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции / Ю.Б. Рубин // Современная конкуренция. — 2010. — № 3 (21). — С. 38-67.
22. Hunt, Shelby D. The normative imperatives of business and marketing strategy / Shelby D. Hunt // Journal of Business and Industrial Marketing. — 2004.—Vol. 19, No. 1. — PP. 5—22.
23. Hunt, Shelby D. Competition in the third millennium: efficiency or effectiveness? / Shelby D. Hunt, Dale F. Duhan // Journal of Business Research. — February, 2002. — Volume 55, Issue 2. — PP. 97—102.

Благодир Лілія Миколаївна — кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: blagodyr_lilija@ukr.net;

Lilija Blagodyr — Cand. Sc. (Ec.), Assistant Professor of Department of Management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: blagodyr_lilija@ukr.net.

НЕЧІТКІ ТЕХНОЛОГІЇ В БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Процеси бренд-менеджменту характеризуються невизначеністю різної природи, що обумовлено труднощами прогнозування реакції великої групи людей. Одним із найбільш ефективних інструментів моделювання гуманістичних систем в умовах невизначеності є нечіткі технології. В статті здійснено огляд використання різноманітних нечітких технологій для вирішення практичних задач оцінювання, моделювання, кластеризації та оптимізації, які виникають на різних етапах життєвого циклу бренду. Незважаючи на переваги застосування нечітких технологій за умов невизначеності початкової інформації, в практиці бренд-менеджменту вони використовуються в поодиноких випадках.

Ключові слова: бренд, бренд-менеджмент, нечіткі технології, нечіткі множини, моделювання, прийняття рішень, кластеризація, оптимізація.

Abstract

Brand-management processes are tied with uncertainty of various natures, due to the difficulty of predicting the reaction of a large people group. One of the most effective tools for modeling humanistic systems under uncertainty is fuzzy techniques. The paper reviews the use of various fuzzy techniques for solving practical problems of assessment, modeling, clustering, and optimization, which aroused at different stages of the brand life cycle. Despite the advantages of fuzzy techniques for uncertain source information processing, in the practice of brand-management they are used in a few cases.

Keywords: brand, brand-management, fuzzy techniques, fuzzy sets, modeling, decision making, clustering, optimization.

Вступ

Бренд-менеджмент – це взаємопов’язані процеси створення, виведення на ринок та експлуатації бренду, які спрямовані на довгострокову лояльність споживачів до асоційованих з ним товарів чи послуг. Ключовим у цьому визначенні є термін “бренд”. Бренд (англійською – brand) перекладається так: 1) торгова марка, бренд; 2) якість, сорт; 3) клеймо, тавро; 4) розпечений або палаючий предмет. Дієслово to brand перекладається як: 1) ставити клеймо (в прямому або в переносному значенні); 2) припікати; 3) карбувати, залишати незабутнє враження. В цій статті під брендом будемо розуміти цілісну сукупність товарного знака та пов’язаних з ним стійких знань, образів і асоціацій у споживачів цільової аудиторії, що збільшує обсяги реалізації [1]. Процеси створення, виведення та експлуатації бренду характеризуються значною невизначеністю, яка обумовлена труднощами прогнозування реакції великої групи людей. Одним із найбільш ефективних підходів до моделювання гуманістичних систем в умовах невизначеності є використання нечітких множин та нечіткої логіки [2]. Цей підхід дозволяє використати доступні експертні лінгвістичні знання щодо опису вхідної ситуації, об’єкту моделювання та управлінських дій, з їх подальшою математичною формалізацією та обґрунтуванням прийнятих рішень. В статті здійснюється огляд основних підходів із застосування нечітких множин та нечіткої логіки в бренд-менеджменті. Стаття є продовженням роботи автора [3].

Застосування нечіткого виведення в бренд-менеджменті

Нечітким виведенням називається апроксимація залежності “входи – вихід” за допомогою нечітких правил <Якщо – тоді> та нечітких логічних операцій [4]. В бренд-менеджменті застосовують нечіткі бази знань Мамдані та Сугено. Базу знань Мамдані складають правила, антецеденти і консеквенти яких задано нечіткими множинами. Її можна трактувати як розбиття факторного простору на зони з нечіткими межами, в кожній з яких функція відклику приймає нечітке значення. В базі знань Сугено антецеденти правил задано нечіткими множинами, а консеквенти – лінійними функціями від входів. Її можна розглядати як розбиття факторного простору на нечіткі зони, в кожній

з яких діє свій закон “входи – вихід”. Границі зон розмиті, тому в будь-якій точці факторного простору можуть виконуватися декілька законів “входи – вихід”, але з різними ступенями.

Нечітке виведення застосовується для розв’язання таких задач бренд-менеджменту:

- (a) моделювання конкурентоспроможності брендового товару [5 – 7];
- (b) оптимальне управління конкурентоспроможністю брендового товару з урахуванням витрат [6 – 8];
- (c) визначення рівня сформованості споживчого капіталу підприємства з урахуванням його бренду [9];
- (d) визначення доцільності розширення бренду [10];
- (e) встановлення ціни нового брендового продукту [11];
- (f) визначення схожості двох словесних товарних знаків [12];
- (g) оцінювання вірусного поширення бренду в соціальних мережах [13].

Задача (a) полягає в оцінюванні кількісного рівня конкурентоспроможності брендового товару (Q) з урахуванням його ціни (x_1), якості (y_1), іміджу (y_2) та сервісного обслуговування (y_3). Моделювання залежності конкурентоспроможності від цих факторів здійснюється за нечіткою базою знань Сугено із трьох правил. Правила описують 3 типи збуту, коли для споживача показники і ціни, і якості, і іміджу, і сервісу є усі: 1) поганими, 2) середніми та 3) добрими. Поточні рівні якості, іміджу і сервісу брендового товару розраховуються на основі 3-х нечітких баз знань Мамдані з урахуванням 9 частинних факторів впливу. Для оцінювання якості (y_1) враховуються якість проектних рішень (x_2), якість виробничих технологій (x_3) та рівень кадрового забезпечення виробника (x_4). Для оцінювання іміджу (y_2) враховуються ранг підприємства (x_5), рівень рекламного забезпечення (x_6) та рівень рекламаций (x_7). Для оцінювання сервісу (y_3) враховуються сервіс під час покупки (x_8), сервіс під час експлуатації (x_9) та бонуси (x_{10}). Відповідне дерево ієрархічного логічного виведення наведено на рис. 1.

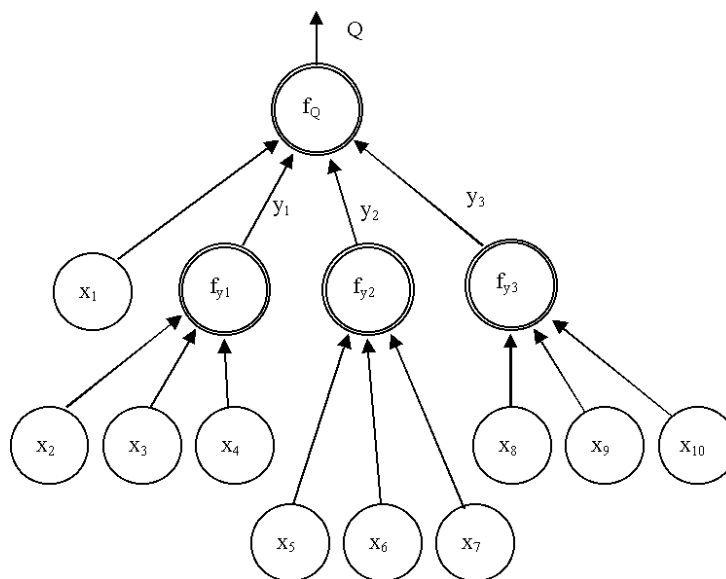


Рис. 1. Дерево нечіткого виведення для оцінювання конкурентоспроможності брендового товару [7]

Задача (b) полягає у ефективному управлінні конкурентоспроможністю бренду на основі розглянутої вище нечіткої моделі (a). Ця загальна задача може бути представлена такою множиною прикладних менеджерських завдань:

- як спрогнозувати зміну конкурентоспроможності марочного товару в наслідок заходів покращення ефективності експлуатації бренду;
- як забезпечити більшу ніж у конкурентів долю ринку;
- як досягти запланованого рівня конкурентоспроможності за мінімальних витрат;
- як оптимально розподілити обмежені ресурси для забезпечення максимального рівня конкурентоспроможності брендового товару;

- як забезпечити збільшення рівня збуту брендового товару на ринку;
- як розподілити ресурси між покращенням іміджу бренда та підвищенням конкурентоспроможності окремих брендових товарів для забезпечення максимального рівня конкурентоспроможності всього бренду;
- як досягти запланованого рівня конкурентоспроможності бренда за мінімальних витрат.

Наведені менеджерські завдання формалізуються переважно задачами математичного програмування, в яких цільові функції або обмеження записані на основі нечіткої моделі конкурентоспроможності брендового товару. Приклад вирішення задачі виведення конкурентоспроможності на заданий рівень за мінімальних витрат наведено на рис. 2. Керованими змінними в цій задачі є зміни ціни товару та рівня рекламування.

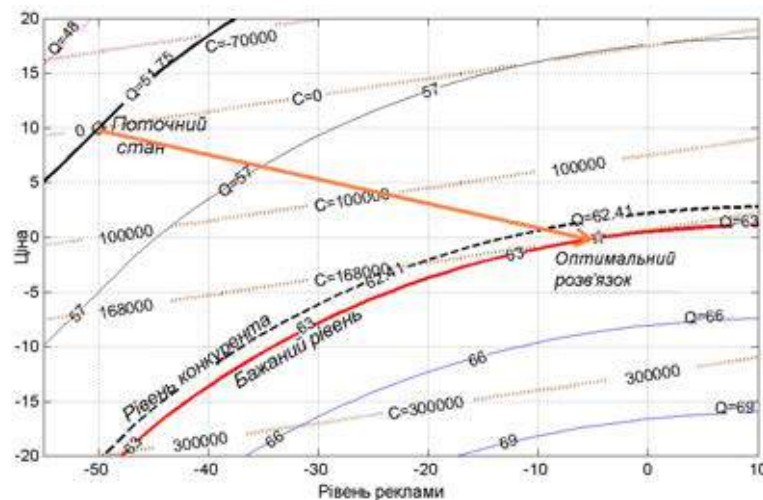


Рис. 2. Підвищення конкурентоспроможності (Q) до заданого рівня за мінімальних витрат (C) [8]

Задача (с) полягає у визначенні рівня сформованості споживчого капіталу підприємства на основі 4-х факторів: рівень розвитку зв'язків з клієнтами підприємства; рівень іміджу підприємства; рівень бренду підприємства; рівень зв'язків з постачальниками та місцевим співтовариством. Моделювання здійснюється за нечіткою базою знань Мамдані із 28 правил.

Задача (d) полягає у визначенні доцільності розширення бренда з урахуванням 6-ти факторів. Моделювання здійснюється за нечіткою базою знань Мамдані із 10 правил.

Задача (е) полягає у встановленні ціни нового брендового продукту з урахуванням таких факторів: можливість виходу на ринок конкурентів, сила бренду, враження споживачів про якість продукту, відомість бренду, адаптованість продукту до ринку та ризики споживачів. Моделювання здійснюється за нечіткою базою знань Мамдані із 14 правил.

Задача (f) полягає у визначенні схожості двох словесних товарних знаків. Прийняття рішень здійснюється за базою правил, що містять 17 нечітких логічних операцій. Визначення рівня схожості здійснюється на основі співпадання літер в різних фрагментах назв товарних знаків та специфічності товарів (послуг), що асоційовані з досліджуваними товарними знаками.

Задача (g) полягає у прогнозуванні рівня розповсюдження інформації про бренд в соціальній мережі за допомогою технологій вірусного маркетингу. Для цієї задачі в статті окреслена лише концепція її вирішення за допомогою нечіткого логічного виведення по нечіткій базі знань.

Застосування нечіткої кластеризації в бренд-менеджменті

Кластеризація – це розбиття об'єктів на групи (кластери) таким чином, щоб кожна група утворювали схожі між собою об'єкти, а об'єкти з різних груп були несхожими. Нечітка кластеризація дозволяє довільному об'єкту одночасно входити до різних груп з деяким ступенем належності. Нечітка кластеризація застосовується для таких задач брендингу [14]: 1) групування однотипних брендових товарів з одного ринку, схожих за показниками “відомість бренду – рівень лояльності споживачів”; 2) групування ринків різних брендових товарів, для яких залежності “відомість бренду – рівень лояльності споживачів” є схожими.

Кластеризація ринків дозволяє бренд-менеджеру перенести свої знання та досвід управління з одного ринку на інший. В [14] спочатку для кожного ринку експериментальні дані про залежність “відомість бренду – лояльність споживачів” апроксимуються сигмоїдною функцією з двома параметрами. Далі, для кожного ринку формується вектор інформативних ознак з параметрів апроксимувальної функції та середньоквадратичної нев’язки, і за цими ознаками здійснюється кластеризація за методом нечітких с-середніх [4, 15].

Представлення невизначених даних нечіткими множинами

Бренд-менеджерам часто доводиться приймати рішення в умовах невизначеності початкової інформації. Для формалізації невизначених початкових даних зручно використовувати нечіткі множини. Фактично особа, що приймає рішення, обирає функцію належності відповідної нечіткої множини. Такі дії можна співставити з прямими методами побудови функцій належності нечітких множин. В подальшому отримані нечіткі множини використовуються як початкові дані для алгоритмів прийняття рішень та моделювання. Представлення невизначених даних нечіткими множинами використовується в розглянутій вище задачі моделювання конкурентоспроможності брендів товарів [5 – 7] та в задачі оцінювання рівня нематеріальних активів машинобудівного підприємства [16] з урахуванням 5-ти факторів: рівень розвитку людського капіталу, кількість об’єктів інтелектуальної власності, рівень розвитку бренду та рівень розвитку інформаційної інфраструктури.

Один із найбільш уживаних непрямих методів побудови функцій належностей базується на парних порівняннях альтернатив – елементів універсальної множини. В бренд-менеджменті метод парних порівнянь застосовується:

- для визначення нечітких початкових даних для ранжування проектів виведення бренду [17];
- для оцінювання капіталу сервіс-орієнтованого бренду ресторанних закладів [18];
- вибору партнера для створення стратегічного маркетингового альянсу [19].

В статті [17] за методом парних порівнянь знаходять ступені відповідності проектів виведення бренду таким критеріям: ступінь проробки проекту; очікуваний ефект; ризики; швидкість виведення бренду; перспективи розвитку бренду; вартість проекту. Також за методом парних порівнянь знаходять важливості цих частинних критеріїв. Кращий проект обирають за принципом Беллмана – Заде. Для цього знаходять альтернативу, яка одночасно задовольняє усі критерії найбільшою мірою. В [17] додатково розроблено правила “що – якщо” аналізу, які дозволяють визначити, що саме потрібно змінити в альтернативі, щоб вона стала найкращою.

В статті [18] капітал сервіс-орієнтованого бренду оцінюється за 8 частинними факторами, що об’єднані у 3 укрупнені. Перший укрупнений фактор – *відомість бренду* визначається на основі рівня його незабуваємотості та унікальності фірмового стилю. Другий укрупнений фактор – *брендові асоціації* визначається згортою функціональних, емпіричних та символічних переваг. Третій укрупнений фактор – *атмосфера закладу* визначається за зовнішнім виглядом персоналу, його функціональністю та інтер’єром приміщення. Коефіцієнти важливості укрупнених та частинних факторів знаходять за спрощеним методом нечітких парних порівнянь [19, 20]. За цим методом припускається, що матриця парних порівнянь є транзитивною, що дозволяє заповнити її, знаючи лише один рядок. Кількість парних порівнянь, які здійснюють експерти, суттєво зменшується, при цьому зростають вимоги до їх достовірності. Крім оцінювання капіталу бренду, нечіткі парні порівняння використовуються в [18] для прогнозування впливу менеджерських стратегій на частинні фактори, на основі якого обирають кращий варіант брендингу.

В статті [21] запропонована модель вибору партнера для створення стратегічного маркетингового альянсу для довгострокових бізнес-відносин в сфері роздрібної торгівлі. Для ранжування кандидатів враховують 7 укрупнених факторів, що оцінюють: прихильність до співробітництва; систему контролю якості; сервіс під час продажу; потенціал ринку; виробничі можливості; імідж бренду; науково-дослідницькі можливості. Для розрахунку укрупнених факторів використовують 18 вхідних значень. Вагові коефіцієнти важливості частинних та укрупнених факторів визначають за методом нечітких парних порівнянь зі статті [22]. Особливістю методу є формування матриці парних порівнянь не з чітких чисел з дев’ятибальної шкали Сааті [23], а з нечітких чисел. Ці нечіткі числа віддзеркалюють невпевненість експерта в оцінках переваг альтернатив.

Нечіткі запити до баз даних товарних знаків

В статтях [24, 25] розроблено метод пошуку по базі товарних знаків за нечіткими запитами, тобто за нечітким описом мети пошуку. Запити формуються за такими атрибутами назви товарного знаку: кількість слів, довжина (загальна кількість знаків), кількість літер та кількість спеціальних символів. Кожен атрибут може приймати одне із трьох лінгвістичних значень, які формалізовано нечіткими множинами. Запити до бази даних задаються у формі нечіткого образу, наприклад, знайти товарні знаки, для яких кількість слів = *мала*, та довжина = *середня*, та кількість літер = *мала*, та кількість спеціальних символів = *велика*. За частотою появи таких нечітких образів в базі даних створюється своєрідна нечітка статистика лінгвістичних особливостей товарних знаків, яка є однією із складових аналізу впливу товарних знаків на споживачів.

Моделювання динаміки показників бренду

В статі [26] розроблено Identimod – систему підтримки рішень на основі моделювання динаміки показників бренду. Система призначена для моделювання реакції бренду на ті чи інші стратегії змін. В системі лінгвістично описується взаємовплив показників бренду у часі. Враховуються як вимірювальні показники, так і слабоформалізовані. Для кожного показника задається: назва, опис, поточне лінгвістичне або числове значення, цільове (найкраще) лінгвістичне значення, наявність керуваності – доступне для управління, неконтрольоване випадкова зміна чи саморегульована змінна. Лінгвістичні оцінки обираються з такої терм-множини: дуже низька, низька, середня, висока, дуже висока. Також описується вплив одних показників на інші. Для цього вказується ефект показника *A* на показник *B*, а саме зазначається збільшує чи зменшує *A* значення *B* за кожного лінгвістичного рівня показника *A*. Також лінгвістично описується інтенсивність впливу, наявність інерційності (затримки ефекту) та рівень достовірності опису зв'язку $A \rightarrow B$.

На основі експертного опису структури бренду та експертно-експериментальних даних система Identimod допомагає знайти відповіді на такі питання брендингу:

- 1) наскільки стабільний брендовий капітал організації;
- 2) як змінюються складові брендового капіталу організації у часі в залежності від маркетингових заходів;
- 3) які атрибути брендового продукту найбільш вигідно змінювати;
- 4) наскільки сильно впливають на брендовий капітал організації дії компанії, агентів та клієнтів.

Можливості системи проілюстровано шляхом оцінювання трьох стратегій управління брендом іспанської компанії із вирощування і продажу риби та морепродуктів. Моделювання проведено з урахуванням 23 показників бренду. В системі Identimod нечіткі технології використовуються поки що номінально – лише для лінгвістичного опису за допомогою терм-множин. Саме моделювання здійснюється на основі еквівалентних точкових числових значень. Планується розвиток системи шляхом реалізації моделювання за допомогою нечіткого виведення.

Висновки

Процеси бренд-менеджменту характеризуються невизначеністю різної природи, що обумовлено труднощами прогнозування реакції великої групи людей. Одним із найбільш ефективних інструментів моделювання гуманістичних систем в умовах невизначеності є нечіткі технології. В статті здійснено огляд використання різноманітних нечітких технологій для вирішення практичних задач оцінювання, моделювання, кластеризації та оптимізації, які виникають під час створення, виведення та експлуатації брендів. Незважаючи на очевидні переваги застосування нечітких технологій для вирішення менеджерських задач в умовах невизначеності початкової інформації, в практиці брендингу вони використовуються в поодиноких випадках. На нашу думку, такий стан речей пояснюється відсутністю у бренд-менеджерів відповідних знань про можливості сучасних інформаційних технологій моделювання, оптимізації та прийняття рішень в умовах невизначеності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Штовба О.В. Товарний брендинг у маркетинзі та комунікативному менеджменті : навчальний посібник. – Вінниця : ВНТУ, 2013. – 90 с.
2. Zadeh L. Fuzzy Sets // Information and Control. – 1965. – №8. – P. 338–353.
3. Штовба С.Д., Штовба О.В. Нечіткі технології в брендинзі // Нейро-нечіткі технології моделювання в економіці. – 2013. – №2. – С. 187–202.
4. Штовба С.Д. Проектирование нечетких систем средствами MATLAB. – М.: Горячая линия – Телеком, 2007. – 288 с.
5. Штовба О.В. Моделювання конкурентоспроможності бренда на основі нечітких баз знань // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2004. – №4, т. II. – С. 168–179.
6. Shtovba S., Shtovba O. Fuzzy rule-based prediction the competitive strength index of brand product // Proc. the First Polish and Intern. Forum-Confernece on Computer Science, Lodz, Poland, 2005. Published in "Selected Problems of Computer Science" (Eds. Rutkowska D. et al.). Warsaw: Academic Publishing House EXIT. – 2005. – P. 208–216.
7. Shtovba S., Shtovba O. Prediction of Competitive Position of Brand Product by Fuzzy Knowledge Base // Journal of Automation and Information Sciences. – 2006. – Vol. 38, №8. – P. 69–80.
8. Штовба О.В., Штовба С.Д. Менеджмент марочним товаром на базі нечіткої моделі конкурентоспроможності // Вісник Донецького державного університету управління. Менеджер. – 2005. – № 2. – С. 115–121.
9. Журавльова І.В. Застосування теорії нечітких множин до задач управління інтелектуальним споживчим капіталом // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія економічна. – 2008. – Вип. 33–2. С. 126–131.
10. Toloie-Eshlaghy A., Asadollahi A. To evaluate changeability of brand to brand association for goods by using fuzzy expert system based on consumers perceptions of value of goods // European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences. – 2011. – №41. – P. 6–19.
11. Haji A., Assadi M. Fuzzy expert systems and challenge of new product pricing // Computers and Industrial Engineering. – 2009. – Vol. 56. – P. 616–630.
12. Ronkainen A. MOSONG, a fuzzy logic model of trade mark similarity // Proc. of the Workshop on Modeling Legal Cases and Legal Rules (Adam Z. Wyner, ed.). 2010. – P. 23–32. Available at SSRN: http://niners.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID1879399_code1684611.pdf?abstractid=1879399&mirid=1
13. Li S. et al. A Hybrid Paradigm for Modeling, Simulation and Analysis of Brand Virality in Social Media // Intelligent Systems Design and Engineering Applications (ISDEA), 2015 Sixth International Conference IEEE, 2015. – P. 26–29.
14. Shtovba S., Shtovba O. Fuzzy clustering of brand product customer loyalty data / Knowledge Structures // Proc. of ICCL Summer School Workshop. – Dresden (Germany), 2006 http://www.computational-logic.org/content/events/iccl-ss-2006/public/Shtovba_2006.pdf
15. Bezdek J.C. Pattern Recognition with Fuzzy Objective Function. – New York: Plenum Press, 1981. – 256 p.
16. Мірошник Р.О., Сорочак О.З. Методика позиціонування машинобудівних підприємств у матриці “нематеріальні активи-інноваційна активність” // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2010. – №3. – С. 101–116.
17. Ротштейн А.П., Штовба С.Д., Штовба Е.В. Многокритериальный выбор бренд-проекта с помощью нечетких парных сравнений альтернатив // Управление проектами и программами. – 2006. – №2. – С.32–38.
18. Hsu T.-H. Hung L.-C., Tang J.-W. An analytical model for building brand equity in hospitality firms // Annals of Operations Research. – 2011. – Vol. 195, №1 – P. 355–378.
19. Herrera V.E., Herrera F., Chiclana F., Luque M. Some issues on consistency of fuzzy preference relations // European Journal of Operational Research. – 2004. – Vol. 154, №1. – P. 98–109.
20. Rotshtein A., Shtovba S. Fuzzy Multicriteria Analysis of Variants with the Use of Paired Comparisons // Journal of Computer and Systems Sciences International. – 2001. – Vol. 40, №3. – P. 499–503.
21. Hsu H.-H., Tang J.-W. A model of marketing strategic alliances to develop long-term relationships for retailing // International Journal of Business and Information. – 2010. – Vol. 5, №2. – P. 151–172.
22. Wang T.C., Chen Y.H. Applying fuzzy linguistic preference relations to the improvement of consistency of fuzzy AHP // Information Sciences. – 2008. – Vol. 178. – P. 3755–3765.
23. Саати Т.Л. Взаимодействие в иерархических системах // Техническая кибернетика. – 1979. – №1. – С. 68–84.
24. Fiot C., Laurent A., Teisseire M. From crispness to fuzziness: three algorithms for soft sequential pattern mining // IEEE Transactions on Fuzzy Systems. – 2007. – Vol. 15, №6. – P. 1263–1277.
25. Fiot C., Laurent A., Teisseire M., Laurent B. Why fuzzy sequential patterns can help data summarization: an application to the INPI trademark database // Proc. of 2006 IEEE International Conference on Fuzzy Systems, Vancouver, (Canada). – July 16–21, 2006. – P. 3596–3603.
26. Chica M. et al. Identimod: Modeling and managing brand value using soft computing // Decision Support Systems. – 2016. – Vol. 89. – P. 41–55.

Штовба Олена Валеріївна – доцент, канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: olena.shtovba@yahoo.com

Shtovba Olena V. – Associate Professor, PhD, Associate Professor on Department of Management, Marketing, and Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: olena.shtovba@yahoo.com

СОЦІАЛЬНИЙ ПАКЕТ ЯК БАЗОВИЙ ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті визначено сутність поняття “соціальний пакет”, складові соціального пакету та підходи щодо його формування. Обґрунтовано суть соціального пакета як інноваційного підходу до мотивації трудової діяльності. Визначено оптимальний метод впровадження соціальних пакетів на підприємствах.

Ключові слова: соціальний пакет, додаткова заробітна плата, соціальні пільги, мотивація трудової діяльності, соціальне забезпечення працівників.

Abstract

The article has been defined "social package", the basic constituents of social package and approaches are considered in relation to his forming. Grounded nature of the social package as an innovative approach to motivating employment. Certainly optimum method of introduction of social packages on enterprises.

Keywords: social package, additional wages, social benefits, motivation, motivation of labour activity, social welfare workers.

Вступ

В умовах превалювання в суспільстві кількості людей «Х» по відношенню до людей «У» (внаслідок історичних катастроф та сучасних міграційних процесів) основними проблемним ресурсом українського підприємства стає персонал, який впливає на зростання продуктивності праці та ефективність діяльності. Для того, щоб потенціал працівників був реалізований на благо організації, слід формувати ефективну систему мотивації праці, що відповідає ринковим умовам господарювання, і тим самим забезпечити успішну діяльність і розвиток підприємств та всієї економіки країни. Система мотивування повинна бути простою і зрозумілою для працівника, бути гнучкою, забезпечувати можливість відразу ж заохочувати на позитивний результат роботи, який дієво впливатиме на економічне зростання підприємства.

Результати дослідження

Мотивація праці у сучасний трансформаційний період переходу України до ринкової економіки є одним із найважливіших чинників, вміле використання якого може сприяти розв'язанню всього комплексу соціально-економічних проблем підприємства. Мотивація – це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованості, орієнтованої на досягнення особистих цілей і цілей організації, отже, можна сказати, що мотивація – це сукупність усіх мотивів, які справляють вплив на поведінку людини [1].

Практичне втілення системи мотивації та стимулювання працівників здійснюється через широке використання методів. Методи мотивації персоналу можуть бути найрізноманітнішими, зазвичай вони залежать від системи стимулювання на підприємстві, загальної системи управління та особливостей діяльності самого підприємства. 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 [2].

У деяких наукових джерелах зустрічається класифікація методів мотивації за результативністю діяльності (табл. 1) [1, 3].

Таблиця 1 Класифікація методів мотивації результативності діяльності

Методи мотивації	Характерні ознаки
Економічні методи	Вони припускають матеріальну мотивацію, тобто орієнтацію на виконання певних показників або завдань, і отримання після їх виконання економічної винагороди за результати роботи: відрядна оплата, погодинна оплата, премії за раціоналізацію, участь у прибутках, оплата навчання, виплати за максимальне використання робочого часу.
Організаційно-адміністративні методи	Ці методи базуються на владній мотивації, що заснована на підпорядкуванні закону, правопорядку, старшому за посадою і спирається на можливість примусу. Вони охоплюють організаційне планування, організаційне нормування, інструктаж, контроль. В управлінні владна мотивація відіграє дуже істотну роль: вона передбачає не тільки безумовне дотримання законів і нормативних актів, прийнятих на державному рівні, а й чітке визначення прав і обов'язків керівників і підлеглих, розпорядження керівництва обов'язкове для підлеглих.
Соціально-психологічні методи	За допомогою цих методів впливають переважно на свідомість працівників, на соціальні, етичні, релігійні й інші інтереси людей і здійснюють соціальне стимулювання трудової діяльності: збагачення праці, гнучкі робочі графіки, охорона праці, програми підвищення якості праці, просування по службі, участь у прийнятті рішень на більш високому рівні.

Розглядаючи сучасні методи мотивації, слід зазначити, що для більшості населення заробітна плата втратила свою відтворювальну та стимулюючу функції і фактично перетворилася на різновид соціальних виплат, не пов'язаних з кількістю, якістю та кінцевими трудовими результатами.

Таким чином, постає необхідність пошуку альтернативних способів мотивації, що ефективно поєднують як матеріальні, так і нематеріальні методи стимулювання трудової діяльності, а також забезпечують максимальну відповідність інтересів працівників та керівництва в досягненні стратегічних цілей підприємства. Одним із таких способів, на думку автора, є впровадження матеріальної, але не грошової мотивації [4].

Іншими словами, це застосування соціальної мотивації з постійним впровадженням інноваційних технологій з метою закріплення та утримання найманого працівника на підприємстві. Прикладом інноваційної технології в системі мотивації в підприємствах може бути застосування соціального пакету з різноманітністю програм [4]. У широкому розумінні під «соціальним пакетом» слід розуміти надання роботодавцем працівнику благ у вигляді пільг, компенсацій, привілеїв і соціальних гарантій понад розмір його основної заробітної плати. До складу соціального пакета включаються як базові соціальні гарантії, передбачені законодавством про працю та соціальне забезпечення, так і додаткові матеріальні блага, надання яких здійснюється роботодавцем за власною ініціативою (див. рис.1).

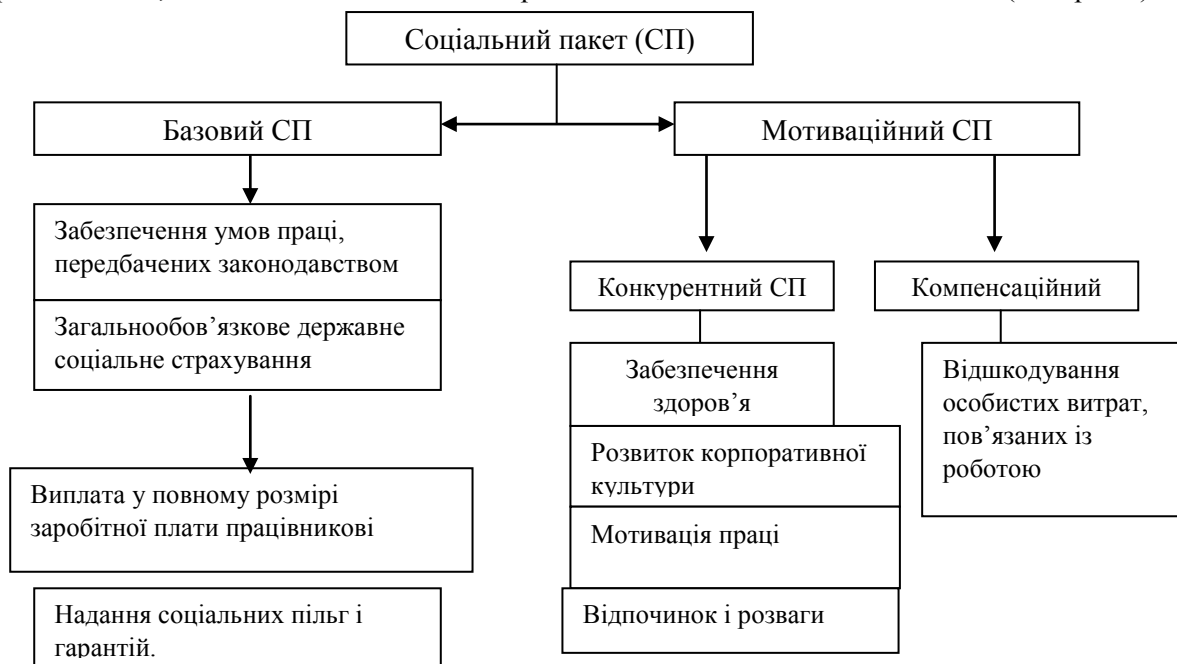


Рис. 1. Структурна модель соціального пакету

Виходячи із зазначеної структури соціального пакета, він виконує принаймні три функції: гарантійну, мотиваційну та компенсаційну. Їх реалізація має забезпечувати досягнення основної мети – збалансування індивідуальних потреб працівника зі стратегічними цілями підприємства.

Базові очікування від соціального пакета з боку працівників:

- гідна винагорода та реалізація амбіцій;
- професійне зростання й особистий розвиток;
- належні умови праці та безпека;
- здоровий спосіб життя та профілактика;
- вирішення особистих проблем;
- соціальний статус, елементи престижу.

Основні вимоги до соціального пакету з боку роботодавця:

- максимальна реалізація стратегічних цілей компанії;
- залучення персоналу в організацію та запобігання відпливу кваліфікованих працівників;
- ефективне управління персоналом;
- стимулювання певної виробничої поведінки;
- контрольованість витрат на персонал;
- адміністративна ефективність і простота [5].

Безумовно, використання соціального пакета як одного із мотиваційних важелів позитивно відобразиться на діяльності підприємства. Вмотивовані працівники вийдуть на новий рівень розвитку, відкриють нові ринки збуту, підприємство залишатиметься конкурентоспроможним, та зможе як найдовше продовжити життєвий цикл організації. Такий рівень розвитку дозволить не тільки постійно нарощувати обсяги виробництва, а й сформуванню нову модель розвитку виробництва, яка буде пов'язаною з інноваційною діяльністю.

Досі не достатньо дослідженими залишаються багато складових аспектів проблеми мотивації саме інноваторів – первинних аттракторів інноваційних систем макrorівня [6].

Основними продуцентами інновацій є вчені, конструктори, інженери, менеджери, бізнесмени, яких економічна наука об'єднує в категорію “підприємець-інноватор”, що позначає творчих, енергійних людей, які фаховоспроможні, морально і матеріально зацікавлені щодо проведення інноваційних змін, опанування та реалізації нового [7]. Мотивація такого кола осіб в сучасних умовах є найбільш перспективним джерелом формування конкурентних переваг підприємства. Нові економічні реалії вимагають подальшого більш глибокого вивчення питань стимулювання інноваційного потенціалу та творчої, новаторської діяльності працівників.

Висновки

Таким чином, соціальний пакет є потужним інструментом впливу на індивідуальну та організаційну ефективність, тривалість і успішність трудових відносин між працівником і роботодавцем. У той же час соціальний пакет виступає мотиваційним інструментом, що поєднує методи матеріального та нематеріального стимулювання праці, системою заходів, що дає можливість задовольнити потреби працівників і безпосередньо вплинути на процес виробництва. При цьому однією з основних умов ефективності управління соціальним пакетом є відповідність загальним стратегічним цілям підприємств, корпоративній культурі та політиці управління персоналом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Підходи до класифікації сучасних методів мотивації персоналу: економічний аналіз : Зб. наук. праць від 24.03.2014/ Редкол.: В. А. Дерій та ін. – Тернопіль : Видавничо поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2014. – Том 15. – № 3. – С. 263-268.
2. Економіка підприємства: [підручник] / За заг. ред. С. Ф. Покропивного. – К. : КНЕУ, 2001. – 528 с.
3. Вечеря С. В. Удосконалення методики оцінки мотиваційного механізму сільськогосподарського підприємства / С. В. Вечеря // Ефективна економіка. – 2015. - №10 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4431>.

4. Соціальний пакет як інноваційна технологія мотиваційного менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2011/3_1/279.pdf
5. Шляхи вдосконалення системи оплати праці на підприємстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://firearticles.com/economika-pidpriemstv/224-shlyahi-vdoskonalennya-sistemi-oplati-prac-na-pdpriemstv-pokatayeva-o-v-koshulinska-g-o.html>
6. Несен Л. М. Чинники активізації інноваційної та новаторської діяльності в Україні на макро- та макрорівнях / Л. М. Несен, І. І. Околіта // Економіка та суспільство. – 2016. - №3. - Режим доступу до журналу: <http://www.economyandsociety.in.ua>
7. 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.

Околіта Ірина Ігорівна – студентка групи МОЗ-16мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: kolita3@rambler.ru

Науковий керівник: **Несен Леонід Миколайович** – к.т.н., доцент, Вінницький національний технічний університет, e-mail: l.nesen@yandex.ua

Okolita Iryna I. - student group MOZ-16mi, Department of Management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: kolita3@rambler.ru

Supervisor: **Nesen L.M.** – PhD in Technical, docent, Vinnytsia National Technical University, e-mail: l.nesen@yandex.ua

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті розглянуто методичні підходи щодо оцінки фінансового стану підприємства. Розроблена класифікація методів аналізу фінансового стану в залежності від мети його здійснення. Надана характеристика найбільш вживаних методів оцінки фінансового стану. Обґрунтована необхідність формування єдиної системи методичних підходів оцінки фінансового стану підприємств.

Ключові слова: фінансові ресурси підприємства, фінансовий стан підприємства, мета оцінки фінансового стану.

Abstract

In article methodological approaches to assess the financial condition of the company. The classification of financial analysis methods depending on the purpose of its implementation. The characteristic most commonly used methods for assessing financial condition. The necessity of forming a unified system of methodological approaches for assessing the financial situation of enterprises.

Keywords: enterprise's financial resources, financial position, objective assessment of the financial condition.

Актуальність теми. Вирішення сучасних проблем стабілізації національної економіки, досягнення високих темпів економічного зростання, забезпечення соціального розвитку, потребує стійкого фінансового стану кожного підприємства як основної ланки національної економіки. Він визначає здатність суб'єкта господарювання функціонувати та розвиватися в зовнішньому середовищі, його потенціал у діловому співробітництві, дозволяє оцінити ступінь гарантій економічних інтересів підприємства та його партнерів з приводу фінансових і інших відносин.

Проте сьогодні для вітчизняних підприємств дуже гострою проблемою є неплатоспроможність, неефективна кредитна, інвестиційна, облікова, дивідендна політика, неспроможність у повному обсязі задовольняти вимоги кредиторів за грошовими зобов'язаннями, відсутність у багатьох керівників і власників підприємства бачення перспектив розвитку й, як наслідок, недооцінка ролі стратегічного управління, що не дозволяє досягти стійкого фінансового стану підприємства у довгостроковій перспективі.

Оскільки сучасний етап розвитку характеризується підвищеним ризиком і високим ступенем невизначеності виникає гостра необхідність визначення причин, які сприяли погіршенню фінансового стану підприємства, об'єктивної ідентифікації ознак фінансової нестабільності та розробки системи заходів стабілізації фінансового стану, недопущення кризового розвитку. Своєчасне розпізнавання проблемних ситуацій у фінансово-господарській діяльності підприємства, зміцнення фінансової стійкості та платоспроможності, максимізація прибутку, підвищення рентабельності, недопущення кризового стану та банкрутства потребує запровадження діагностичного аналізу фінансового стану, спеціальні аналітичні процедури якого дозволяють виявити явні та неявні (зовнішні та внутрішні) фактори, які впливають на фінансову неспроможність, обґрунтувати найефективніші заходи по фінансовому оздоровленню підприємства, звести до мінімуму негативні наслідки нестійкого або кризового фінансового стану для всіх зацікавлених сторін. «Для відповідального фінансиста займатися діагностичним аналізом фінансового стану - це означає розглядати фінансовий стан підприємства так, щоб виявити в динаміці симптоми явищ, які можуть затримати досягнення спрямованих цілей і рішення задач, піддаючи небезпеці плановану діяльність. Це передбачає вироблення коригувальних рішень або перегляд цілей та прогнозів» [1, с. 129].

Метою статті є вдосконалення теоретико-методологічних засад діагностичного аналізу фінансового стану.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливою передумовою ефективного функціонування підприємств є розробка дієвого управлінського механізму для найповнішої мобілізації та раціонального використання фінансових ресурсів суб'єктів господарювання. Відсутність системної перебудови української економіки на інноваційний тип спричиняє кризові явища в економіці. Виробництво ніби «виштовхує» капітал, призначений для відтворення неефективних підприємств, що втратили попит на свою продукцію [2]. 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 [3, с. 147].

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 поставальниками, 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 [4, с. 103].

Таблиця 1

Аналіз наукових думок щодо визначення поняття «фінансовий стан підприємства» [5, с. 178]

Автор	Визначення
Маркарян Е. А., Герасименко Г. П.	Фінансовий стан підприємства – це сукупність показників, які відображають його спроможність погасити свої боргові зобов'язання
Осмоловський В. В.	Фінансовий стан – це комплексне поняття, яке характеризується забезпеченістю фінансовими ресурсами, необхідними для нормальної виробничої діяльності комерційних та інших суб'єктів господарювання, доцільністю й ефективністю їх розміщення і використання, фінансовими взаємовідносинами із суб'єктами господарювання, платоспроможністю та фінансовою стійкістю
Дем'яненко М. Я.	Фінансовий стан – це комплексне поняття, що відображає якісну сторону його виробничої та фінансової діяльності та є результатом реалізації всіх 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
Савицька Г. В.	Фінансовий стан підприємства характеризується системою показників, які відображають стан капіталу в процес його кругообігу та здатність суб'єкта господарювання фінансувати свою діяльність на фіксований момент часу

За сучасних умов господарювання підприємств важливим є врахування поряд з 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.

Найбільш вживаним у практиці господарювання вітчизняних підприємств є аналіз фінансових коефіцієнтів. Як правило, оцінка проводиться за групами показників майнового стану, фінансової стійкості, платоспроможності і ліквідності, прибутковості, ділової активності. Класифікація груп, їх склад та методика розрахунку показників, які закріплені у нормативних документах різних міністерств і відомств, а також представлених у різноманітних наукових доробках, істотно різняться, що обумовлює відсутність єдиного підходу до оцінки фінансового стану.

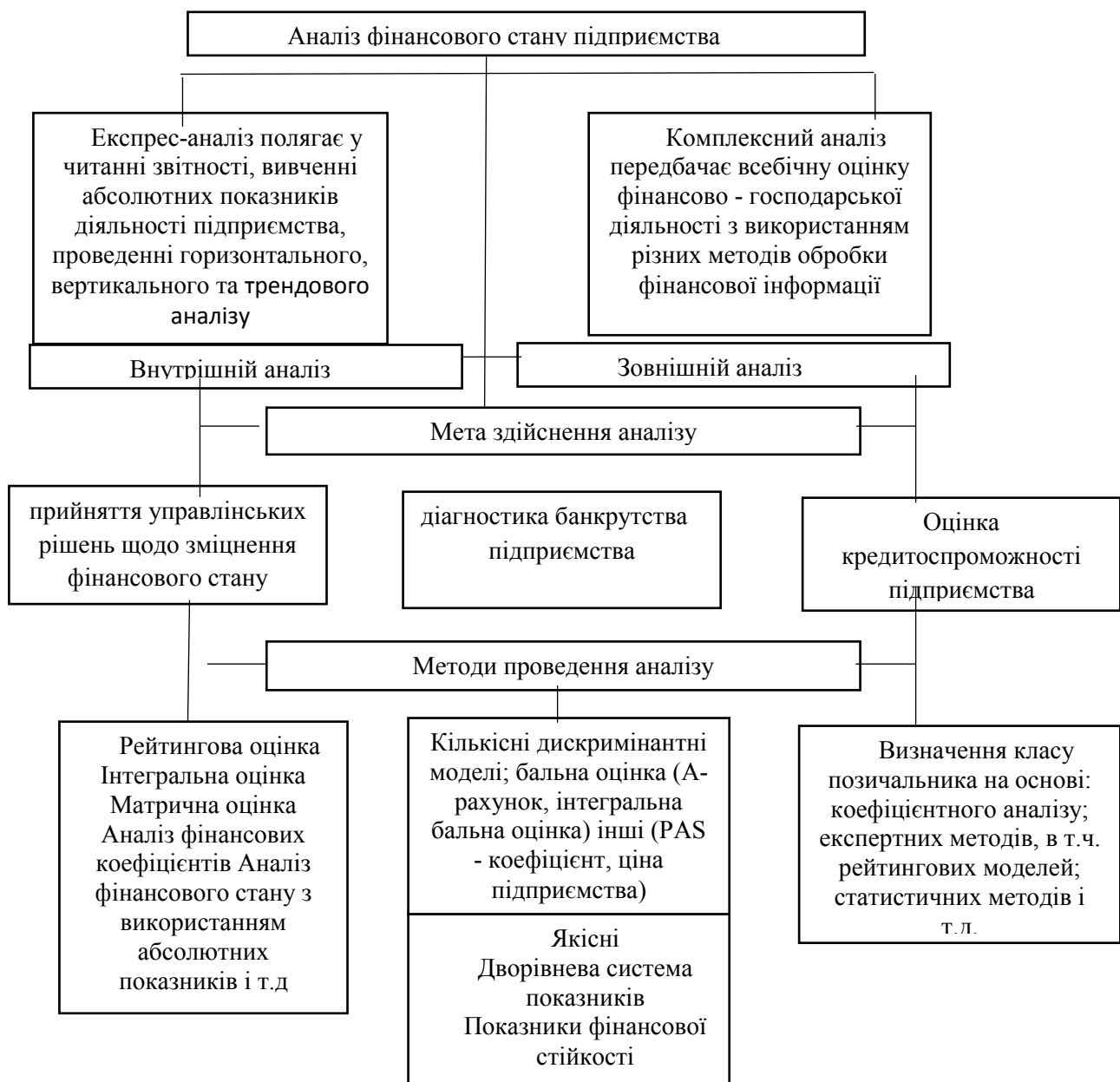


Рис. 1 Методичні підходи до аналізу фінансового стану підприємства [6, с. 131]

Останні роки набули поширення методики, що надають можливість інтерпретації результатів оцінки фінансового стану на основі одного узагальнюючого показника. Але їх різноманітня, відсутність певної систематизації, чіткого алгоритму здійснення розрахунків та умов застосування ускладнюють їх використання у практичній діяльності підприємств.

Крім того, істотною проблемою використання більшості методик є відсутність нормативних значень фінансових показників, що враховують галузеві особливості функціонування підприємств, статичність фінансового аналізу, непридатність деяких західних методик до вітчизняних умов господарювання, низький рівень інформативності фінансової звітності. Коротка характеристика основних методичних підходів щодо оцінки фінансового стану підприємства наведена у табл. 2 [6, с. 132].

Характеристика основних методів оцінки фінансового стану

Методи	Характеристика
Метод фінансових коефіцієнтів	Передбачає розрахунок певних показників, що характеризують фінансову стійкість, платоспроможність і ліквідність, рентабельність (прибутковість) діяльності, майновий стан та ділову активність. Склад і алгоритм розрахунку коефіцієнтів досить різноманітний і залежить від обраної методики, що затверджена нормативними документами або упорядкована певними науковцями
Оцінка фінансового стану з використанням абсолютних показників	Може бути використана для оцінки окремих сторін фінансового стану. Наприклад: - для характеристики рівня фінансової стійкості з боку прибутковості підприємства на основі використання результатів маржинального аналізу; - визначення типів фінансової стійкості за критерієм стабільності джерел покриття запасів
Рейтингова оцінка	Полягає у класифікації підприємств за певними ознаками виходячи з фактичного рівня показників фінансового стану і рейтингу кожного показника. Перевагою є можливість ранжування ряду підприємств за обраною ознакою.
Бальна оцінка (спектр бальна оцінка)	Бальна оцінка полягає в проведенні аналізу фінансових коефіцієнтів шляхом порівняння отриманих значень із нормативними величинами і отриманні узагальнюючого показника, вираженого в балах. Спектр бальна оцінка при цьому передбачає використання «рознесення» цих значень за зонами віддаленості від оптимального значення.
Матрична оцінка	Базується на побудові матриці сукупності фінансових показників, яка перетворюється на матрицю стандартизованих коефіцієнтів. Надає змогу здійснювати порівняльну рейтингову оцінку за певними показниками. З іншого боку може використовуватися при складанні матричних балансів, балансів грошових надходжень і витрат.
Інтегральна оцінка	Результатом проведення оцінки є визначення інтегрального показника на основі застосування різноманітних методичних підходів. При цьому інтегральний показник може характеризувати як окремі складові, так і в цілому фінансовий стан підприємства.
Дискримінантні моделі	Дозволяють визначити вірогідність настання банкрутства на основі розробки (або використання) інтегральної моделі аналізу фінансового стану підприємства. Виділяють однофакторні (коефіцієнт Бівера, Вайбеля) та багатофакторні (модель Альтмана, Ліса, Таффлера, Спрінгейта, Терещенко, Савицької тощо) моделі.

Висновки

Формування єдиної системи методичних підходів щодо оцінки фінансового стану підприємства та розробка детального алгоритму їх застосування сприятиме, по-перше, об'єктивному визначенню статичної і потенційної можливості розвитку фінансово-господарської діяльності підприємств та їх забезпеченню фінансовими ресурсами; по-друге, підвищенню якості прийняття управлінських рішень, що, в підсумку, забезпечуватиме збільшення фінансових результатів та досягнення тактичних та стратегічних цілей функціонування підприємств різних галузей економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ковальчук Т.М., Вергун А. І. Діагностичний аналіз фінансового стану: теорія та методологія [Електронний ресурс] / Ковальчук Т.М., Вергун А. І. // Вісник Хмельницького національного університету. – 2015. - № 5, Т. 1. – С. 129. - Режим доступу: [file:///C:/Users/User/Downloads/Vchnu_ekon_2015_5\(1\)_28.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Vchnu_ekon_2015_5(1)_28.pdf)
2. 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.
3. Кокотіна О.В. Шляхи підвищення ефективності управління фінансовими ресурсами підприємства в умовах фінансової нестабільності [Електронний ресурс] / О.В. Кокотіна // Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ, Серія: Економічні науки. – 2014. - №6. - С. 147. - Режим доступу: <http://bulletin.uabs.edu.ua/store/eco/2014/c1400c69ae1eb30a58112398ba9f9a5a.pdf>
4. Габузь О.С. Управління фінансовим станом організації [Електронний ресурс] / О.С. Габузь // Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, м. Київ – С. 103. – Режим доступу: http://www.mmt.znmpo.edu.ua/mmt_ukr/bibl_standart.html
5. Титаренко О. С. Сутнісна характеристика фінансового стану підприємства [Електронний ресурс] / О. С. Титаренко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – № 3 (54). – 2012 – С. 178 – Режим доступу: file:///C:/Users/User/Downloads/Nvpush_2012_3_37.pdf

6. Захарова Н.Ю. Методичні підходи щодо фінансового стану підприємства [Електронний ресурс] / Н.Ю. Захарова // Таврійський державний агротехнологічний університет – С. 131 – 132. - Режим доступу: file:///C:/Users/User/Downloads/znptdau_2013_2(3)_17.pdf

Левашова Катерина Петрівна — студентка групи МОз-15 мс, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: katyalevashova@mail.ua

Науковий керівник: **Несен Леонід Миколайович**, к.т.н., доцент кафедри менеджменту організацій; член-кореспондент Академії будівництва України по Вінницькому територіальному відділенню, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки факультету менеджменту та інформаційної безпеки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: l.nesen@yandex.ua

Catherine Lyevashova – student of the МОз -15 мс, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: katyalevashova@mail.ua

Supervisor: **Leonid Nesen** - Ph.D., assistant professor of management organizations; corresponding member of the Academy of Ukraine in Vinnytsia territorial branch, assistant professor of management and simulation in economy Management Institute Vinnitsa National Technical University, the city of Vinnitsa, Вінниця, e-mail: l.nesen@yandex.ua

УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ТА НАПРЯМИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Визначено сутність понять «управління рентабельністю», «рентабельність підприємства» та організаційно-практичні шляхи її підвищення.

Ключові слова: рентабельність, рентабельність капіталу, рентабельність виробництва, підприємство.

Abstract

The essence of such concepts as 'profitability management' and 'profitability of the enterprise' are determined, organizational and practical ways of their improvement are also concerned in the issue.

Keywords: profitability, capital profitability, profitability of production, enterprise.

Вступ

Становлення і розвиток в Україні ринкової інфраструктури суттєво змінюють фінансово-економічне, інформаційне і правове середовище функціонування підприємств, зміст їхньої господарської діяльності. Характерною рисою сьогодення стала велика кількість збиткових підприємств, зростає потреба у дослідженні причинно-наслідкових зв'язків, пов'язаних із процесом управління рентабельністю підприємств. Тому слід постійно приймати неординарні рішення щодо господарської діяльності підприємства та його фінансового стану.

Рентабельність підприємств значною мірою визначає темпи економічного розвитку країни, окремих регіонів, збільшення суспільного багатства і підвищення життєвого рівня населення.

Широке коло цієї проблематики розглянуто в працях таких економістів: І. А. Бержанір, С.В. Гавалешко, О. В. Шляга, Л. І. Шипуля, Н. М. Цал-Цалко, О. В. Кирилова, С. С. Черниш, О. Е. Ширягіна, М. Г. Чумаченка.

Метою роботи є аналіз управління рентабельністю підприємства та можливі шляхи його підвищення.

Результати дослідження

В сучасних умовах велике значення надається комплексній оцінці роботи суб'єктів господарювання, яка характеризує їхню діяльність шляхом вивчення сукупності показників, що відображають усі аспекти господарських процесів, на підставі яких можна зробити висновки про результати їх роботи. Важливим показником при поточному плануванні виробництва, а також при визначенні фінансового стану підприємства є показники рентабельності [1].

Рентабельним вважається підприємство, яке приносить прибуток. В сучасних ринкових умовах для того, щоб покупці віддавали перевагу продукції виготовленій даним підприємством, щоб товари користувалися великим попитом, необхідно ретельно стежити за фінансовим положенням, правильно організовувати виробничу діяльність і простежувати економічні показники, тому одним із показників є ефективність діяльності підприємств, що характеризується відносною дохідністю чи прибутковістю; показник рентабельності – тобто співвідношенням прибутку з понесеними витратами. Як наслідок, фінансовий стан підприємства треба систематично й усебічно оцінювати з використанням різних методів, прийомів та методик аналізу. Неефективність використання фінансових ресурсів призводить до низької платоспроможності підприємства і, як наслідок, до зниження рентабельності підприємства, що є проблемою сучасних підприємств [2].

Основною метою здійснення операційної діяльності підприємства є забезпечення його рентабельності. Рентабельність безпосередньо пов'язана з величиною прибутку. Проте її не можна ототожнювати з абсолютною сумою одержаного прибутку [3]. Рентабельність – це ступінь

прибутковості, вигідності, дохідності. Вона вимірюється за допомогою цілої системи відносних показників, що характеризують ефективність роботи підприємства в цілому, прибутковість різних напрямів діяльності (виробничою, комерційною, інвестиційною і т. д.), вигідність виробництва окремих видів продукції (робіт, послуг).

Рентабельність – це якісна вартісна оцінка рівня віддачі витрат або міри використання наявних у підприємства виробничих ресурсів (капіталу, праці тощо) у процесі виробництва основної продукції (товарів, виконання робіт, надання послуг) та її реалізації [4].

Розрізняють такі показники рентабельності:

- загальний рівень рентабельності підприємства;
- рентабельність виробничих фондів;
- рентабельність сукупних активів;
- рентабельність власного (акціонерного) капіталу;
- рентабельність продукції [5].

Усі показники рентабельності можуть бути плановими і фактичними. Різниця полягає в тому, що для визначення планової рентабельності беруть заплановані дані, для фактичної – фактичні.

Управління рентабельністю підприємства – це складова частина тактики управління фінансовою рівновагою підприємства, установи, організації. Це визначений комплекс взаємопов'язаних засобів оцінки діяльності підприємства. Процес управління рентабельністю включає такі етапи:

- збір та обробка інформації про підприємство та звіти його діяльності (баланс, звіт про фінансові результати, звіт про власний капітал);
- постановка цілей (в залежності від обраної стратегії підприємства);
- управління компромісом між ризиком і прибутковістю;
- аналіз чинників які впливають на значення рентабельності підприємства;
- визначення методики збільшення рентабельності за допомогою зміни значень факторів впливу;
- проведення кінцевих розрахунків оптимізації та впровадження проекту заходів на підприємстві.

Отже, рівень рентабельності всіх організацій та установ залежить від величини прибутку, товарної продукції, витрат виробництва, величини основних виробничих фондів і нормованих обігових засобів. Важливими факторами, які забезпечують зростання прибутку і рентабельності підприємства, слугують зростання продуктивності праці, економія матеріальних ресурсів, підвищення фондівіддачі та рівня технічного прогресу, а саме: механізації та автоматизації трудомістких технологічних процесів, удосконалення організації виробництва та інше [3].

Для підвищення рентабельності підприємства слід застосовувати такі методи:

- зосередження виробництва на високорентабельній продукції, удосконалення продукції з середнім рівнем рентабельності та зняття з виробництва низькорентабельної продукції;
- впровадження сучасних технологій у виробництво, які посприяють мінімізації витрат, економії часу, підвищенню якості продукції і тим самим приведуть до збільшення прибутку на підприємстві;
- корегування маркетингової політики, розробка ефективної реклами;
- уникнення зайвих витрат: штрафів, неустойок, пені та стягнень;
- підвищення грошової вартості продукції шляхом впровадження нових технологій та покращення якості;
- ведення ефективної політики управління діяльністю підприємства.

Висновки

Рентабельність – це якісний вартісний показник, що характеризує рівень віддачі витрат або міру використання наявних ресурсів у процесі виробництва і реалізації товарів, робіт і послуг. Аналізування рентабельності підприємства дозволяє визначити ефективність вкладення коштів у підприємство та раціональність їхнього використання. Основні показники рентабельності підприємства: рентабельність продаж, рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність інвестицій, рентабельність продукції.

Оцінка рентабельності показників діяльності підприємств є підґрунтям для ефективного управління ними та забезпечення сталого розвитку у майбутньому. В той же час, практика прийняття та реалізації управлінських рішень показує, що на підприємствах України, оцінка прийняття управлінських рішень з точки зору показників рентабельності часто нехтується, що приводить до зниження їх ефективності, значних витрат часу та ресурсів. У зв'язку із цим виникає гостра потреба у

формуванні системи показників рентабельності, що у повній мірі відобразять різні аспекти діяльності. Така система дозволить створити дієвий управлінський механізм та стане основою для підвищення обґрунтованості та ефективності управлінських рішень. Крім цього, розробка системи показників рентабельності у майбутньому дозволить виявляти вузькі місця у роботі підприємств, що дозволить сформулювати стратегію та тактику управління, удосконалити механізм прийняття та реалізації управлінських рішень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бержанір І. А. Рентабельність як основний показник оцінки діяльності підприємства / І. А. Бержанір, Н. І. Гвоздей, Ю. В. Улянич // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. - 2015. - № 1(2). - С. 58-62. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pirpr_2015_1%282%29__13
2. Гавалешко С.В. Рентабельність підприємства та шляхи його підвищення [Електронний ресурс] / С.В. Гавалешко // Економікс. - 2012. - № 10. - Режим доступу : www.rusnauka.com/10_DN_2012/Economics/10_106158.doc.htm
3. Шляга О. В. Прибуток та рентабельність, як показники ефективності виробництва / О. В. Шляга, Л. І. Шипуля // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. - 2014. - № 8. - С. 75-81. - Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_8_075.pdf
4. Цал-Цалко Ю. Фінансова звітність підприємства та її аналіз: навч. посібник / Ю. Цал-Цалко. - 2-ге вид., перероб. і доп. - К.: ЦУЛ, 2002. - 360 с.
5. Черниш С. С. Організаційно-методичні аспекти аналізу рентабельності / С. С. Черниш // Інноваційна економіка. - 2013. - № 6. - С. 305-309. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2013_6_74

Петрик Вікторія Ігорівна – студентка групи МОЗ-13, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: petrik110396@icloud.com

Науковий керівник: **Наталія Петрівна Карачина** – доктор економічних наук, професор, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: karachyna.n@gmail.com

Viktoriia I. Petryk – student, Faculty of Management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: petrik110396@icloud.com

Supervisor: **Karachyna Natalija P.** – Dr. Sc. (Economic), Professor, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: karachyna.n@gmail.com

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У даній статті досліджено категорію «Інтернет-маркетинг», її важливість в сучасних умовах розвитку економіки, а також розглянуто переваги та недоліки.

Ключові слова: маркетинг, Інтернет-маркетинг.

Abstract

In this article the category of "Internet Marketing", its importance in the present conditions of economic development are explored, and also the advantages and disadvantages are considered.

Keywords: marketing, Internet-marketing.

Вступ

Ефективне функціонування підприємства на даному етапі розвитку економіки неможливо уявити без використання механізмів організації маркетингової діяльності. Виділяють багато різноманітних видів маркетингу, серед них є такі як конверсійний, стимулюючий, розвиваючий, підтримуючий тощо. Стрімкий розвиток ринку товарів і послуг, змінює бажання споживача, зумовлюючи виробників шукати нові методи просування та реалізації виготовленої продукції, оскільки зміна смаків споживачів призводить до падіння ефективності прийомів маркетингу, які використовувалися тривалий час. Зважаючи на розвиток комунікаційних та інформаційних технологій, все більшої популярності набуває такий вид маркетингу як Інтернет-маркетинг.

Метою роботи є розкриття сутності такого економічного поняття як «Інтернет-маркетинг» та аналіз його переваг і недоліків.

Результати досліджень

Інтернет-маркетинг використовує всі аспекти традиційного маркетингу в Інтернеті, зачіпає основні елементи маркетингміксу: ціна, продукт, місце продажів і просування. Основна мета - отримання максимального ефекту від потенційної аудиторії сайту [1].

Ляшенко Г.П. зазначає, що Інтернет переносить деякі підприємства на зовсім інший рівень, полегшує та покращує укладання різних договорів між підприємствами, пришвидшує комунікацію і сприяє пошуку цільової аудиторії, а також допомагає здійснити реалізацію своєї продукції чи/та послуг через Інтернет. Можна зазначити, що Інтернет набуває все більшого значення не лише для основного користувача Інтернет, але навіть для економічного розвитку різних. Інтернет повністю змінив стиль ведення бізнесу і значно скоротивши затрати фірм на проведення маркетингу. Бізнесменам доводиться орієнтуватися на зміну вподобань споживача і починати розробляти нові плани, стратегії, організовувати та здійснювати контроль проведених комерційних операцій з метою постійного виявлення сфери сумісних і координованих інтересів компаній і клієнтів, адекватного розвитку відносин з клієнтами на базі Інтернет-технологій та завоювання Інтернет-ринку [2, с. 60].

У світовій практиці Інтернет-маркетинг сприймається як цілий комплекс дочірніх галузей, що включають не тільки банерну рекламу та public relations, але й методики проведення маркетингових досліджень в Інтернеті, зокрема, вивчення попиту і споживчої аудиторії, освоєння алгоритмів формування та забезпечення високої ефективності рекламних кампаній, способів правильного позиціонування торгової марки на ринку, а також багато іншого. А, отже, через неправильне розуміння предмету вітчизняні фахівці не мають змоги використовувати можливості Інтернет-маркетингу на максимальних потужностях. Це, у свою чергу, не дає змоги підприємствам успішно використовувати віртуальний простір для вирішення своїх виробничо-комерційних завдань [3, с. 63].

Литовченко Л.І. виділяє такі переваги використання Інтернет-маркетингу:

1. Інформація. Інтернет забезпечує швидкий та безкоштовний спосіб отримання інформації

будь-якого типу. Підприємці швидко та легко можуть одержати величезний обсяг інформації про компанії, їхню продукцію, конкурентів, партнерів тощо, що дозволяє прийняти рішення щодо подальшої діяльності. Маркетологи мають змогу здійснювати постійні пасивні маркетингові дослідження, вивчати цільовий сегмент ринку, цілеспрямовано проводити активні опитування, аналізувати навігацію на веб-сайті та попит щодо тієї або іншої інформації зі сторінок та інше. Дешевизна, оперативність та відносна (а іноді й повна) анонімність отримання інформації відкривають перед маркетологами широкі можливості.

2. Зручність для споживачів. Інтернет – це швидкий та зручний засіб пошуку інформації, замовлення товарів і послуг в будь-який час доби, не виходячи з дому. В Інтернеті не потрібно заощаджувати на часі та місці. Про продукт можна написати, помістити його фото, зробити звуковий і відеосупровід.
3. Платоспроможна і соціально активна аудиторія. Користувачі Інтернету — це люди, що активно заявляють про свої переваги і досвід. Недарма одночасно зі зменшенням довіри до традиційної реклами збільшується вплив форумів, блогів і співтовариств. Їм довіряють, тому що кожне повідомлення — це думка живої людини (хоча насправді це може бути не правдива думка), що має репутацію, яку вона цінує.
4. Зниження рівня впливу на споживача. Споживач не піддається впливу таких емоційних чинників переконання як близьких, родичів та друзів, так само як і продавців. Зберігається конфіденційність покупки й одержання інформації.
5. Швидка адаптація до ринкових умов. Постачальники можуть оперативно доповнювати торговельні пропозиції, регулювати ціни і характеристики продукції, залежно від зміни вподобань покупця. Інтернет дозволяє слідкувати і навіть формувати тенденції розвитку переваг споживачів.
6. Зниження витрат компанії. Інтернет-маркетинг дозволяє зменшити витрати на збереження і страхування товарів, створення і підтримку каталогів, внутрішній документообіг, витрати на відрядження та інше.
7. Побудова партнерських відносин компанії зі споживачем. Компанії мають можливість більш тісних контактів, створення форумів, телеконференцій та ведення діалогів у режимі реального часу, швидкого реагування на запити споживачів і вимоги партнерів, що постійно змінюються.
8. Просування товарів і послуг, бренду компанії. Реклама і рекламні компанії практично не мають ні територіальних, ні часових меж. Велике значення набувають партнерські програми та обмін посиланнями, формування лінкообміну. Інтернет-реклама вимагає набагато менших витрат на підготовку та випуск, ніж традиційні ЗМІ. Кожен контакт і вся аудиторія в Інтернеті максимально прозорі. Дані відслідковуються незалежними лічильниками і доступні для контролю. Не важко з'ясувати, яка реклама має позитивний результат, а яка — ні, та оперативно внести зміни.
9. Інтерактивність. В Інтернеті можна прямо взаємодіяти зі споживачем: у живій дискусії показувати переваги товару, дізнаватися думку певного користувача і залежно від отриманої інформації динамічно змінювати підхід.

До недоліків Інтернет-маркетингу можна віднести:

1. Збільшення конкуренції. Відсутність кордонів та вихід на світовий віртуальний ринок значно збільшує кількість як споживачів, так і конкурентів. Аналогічно з традиційним бізнесом необхідно конкурувати щодо запропонованих цін та асортименту товарів.
2. Значних вкладень потребує перше входження в Інтернет-бізнес. Разом з тим воно має свої особливості в умовах України, супроводжується великими різноманітними ризиками з високим рівнем невизначеності, тривалим періодом повернення інвестованого капіталу. Усі відомі приклади успішного ведення у віртуальній економіці стосуються великих комерційних підприємств, як правило гібридних (тобто що працюють як у реальній, так і у віртуальній економіці) із хорошим фінансуванням веб-проектів.
3. Продукція, яку споживачі не бажають придбати за допомогою Інтернету. До таких товарів належать, наприклад, продукти класу люкс, дорогі меблі, взуття, ювелірні вироби. Це категорії товарів, для яких найважливішими споживчими властивостями є смак, аромат, смакові та індивідуальні характеристики тощо. Окрім того, існує категорія покупців, для яких важлива особиста присутність при виборі матеріального товару, можливість примірки товару (якщо мова йде про взуття і одяг), позитивний психологічний настрій та ін.

4. Проблеми виконання замовлень. Для багатьох компаній у напружені періоди закупівель виникають такі проблеми, як затримка доставки продукції, переплутані товари та адреси, вихід з ладу веб-сайтів через перевантаження при різкому збільшенні відвідуваності. Небезпечність, шахрайство та конфіденціальність продовжує залишатися основною проблемою і для індивідуальних, і для корпоративних користувачів. Так, 95 % американських користувачів неохоче розкривають номери кредитних карток в Інтернеті, оскільки небезпека крадіжок грошей з рахунку залишається достатньо високою.
5. Авторські права і стандартизація в останні роки є найбільш актуальною проблемою. Вона пов'язана з цифровою природою інформації та інформаційних продуктів, які легко копіювати [4, с. 18].

Висновки

Інтернет-маркетинг сьогодні є одним з найперспективніших напрямів розвитку маркетингу в Україні. Ця сфера активно розвивається, незважаючи на економічні кризи та різні зовнішні і внутрішні перешкоди. Варто також зазначити, що Інтернет-маркетинг, як будь-який вид маркетингу має свої переваги і недоліки, які потрібно враховувати, використовуючи його інструменти під час здійснення діяльності підприємства. Інтернет-маркетинг дозволяє максимально здешевити витрати на збут, розширити ринок збуту товарів за рахунок охоплення нової аудиторії, застосування сучасних методів реклами, дозволяє також провести аналітику попиту на товар, що надає здатність корегувати і відповідати вимогам ринку, але при цьому варто також прийняти до уваги, що з розвитком Інтернет-технологій, потрібно також розвивати систему збуту, враховувати можливість виходу з ладу сайту, де зберігатиметься інформація про товари. Також, рівень довіри споживача має схильність знижуватися в зв'язку з випадками шахрайства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кобелев, В.М. Сучасні види маркетингу [Текст] / Кобелев В.М., Кобелева А.В. // Международная научная конференция MicroCAD : Секция №16 - Сучасні технології в економіці та менеджменті - НТУ "ХПИ", 2015.
2. Ляшенко Г. П. Інтернет-маркетинг та його інструменти / Г. П. Ляшенко, Р. В. Моткалюк // Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право). - 2013. - № 3. - С. 59-65. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvnudpsu_2013_3_9
3. Кузнецова Н. Інтернет-маркетинг в Україні: проблеми та перспективи [Електронний ресурс] / Н. Кузнецова / Вісник київського національного університету імені Т.Г. Шевченка – Київ. – 2012. Режим доступу до ресурсу: http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/articles/2012/137/16_137.pdf
4. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 332 с. Політологія для вчителя : навч. посібн. для студ. педагогічних ВНЗ / за заг. ред. : К. О. Ващенко, В. О. Корнієнка. - К. : Вид-во імені М. П. Драгоманова, 2011. - 406 с.

Сіденко Юлія Вікторівна — студентка групи МОЗ-13, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: yuliaasidenko@gmail.com

Науковий керівник: Мороз Олег Васильович – д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту, маркетингу та економіки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: ovmoroz@ukr.net

Yulia Sidenko - Student of the MOZ -13, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: yuliaasidenko@gmail.com

Supervisor: Oleg V. Moroz, d. e., Professor, head of Department of management, marketing and economy of Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: ovmoroz@ukr.net

Інноваційна привабливість підприємства

Вінницький національний технічний університет¹

Анотація

У статті розглянуто означення поняття інноваційної привабливості підприємства та теоретичні основи її формування. Розглянуто поняття інвестиційної привабливості і її взаємозв'язок з інноваційною діяльністю. Визначено критерії оцінки інноваційної привабливості.

Ключові слова: інноваційна привабливість, інвестиційна привабливість, ресурсна привабливість.

Abstract

In this article considered the definition of concept of innovative attractiveness and theoretical bases of its formation. The concept of investment attractiveness and its relationship to innovation activities. Identified criteria of innovative attractiveness.

Keywords: innovative attractiveness, investment attractiveness, resource attractiveness.

Вступ

Економічне зростання в будь-якій економіці визначається інтенсивністю та ефективністю інноваційних процесів у ній. Без виробництва нових продуктів та впровадження нових технологічних процесів неможливо забезпечити зростання економіки країни та її конкурентоспроможність. З цього погляду доцільно об'єктивно оцінити можливість підприємства здійснювати ефективну інноваційну діяльність, оскільки від оцінки значною мірою залежатиме успіх впровадження нововведень.

Метою роботи є обґрунтування теоретичних засад підвищення інноваційної привабливості підприємства.

Основна частина

Поняття “привабливість” використовується науковцями у створенні переважно таких видів понять як:

“інвестиційна привабливість” використовується з метою дослідження об'єктів інвестування (підприємства, проекту, цінних паперів), визначення рейтингу реципієнта на ринку [1];

“інфраструктурна привабливість” та “ресурсна привабливість” – поняття, які є визначальними під час аналізу, оцінювання та вибору місця або сфери розміщення бізнесу [2].

Поняття “інноваційна привабливість” (“інноваційно-інвестиційна привабливість”) вживається науковцями під час дослідження чинників, механізму прийняття інвестиційного рішення про вкладання коштів у фінансування конкретних інновацій.[2]

Варто зауважити, що 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. З позицій формалізації, інноваційна привабливість – це система показників, що характеризує ефективність використання інноваційного потенціалу підприємства в умовах розроблення або впровадження інноваційного проекту або програми.[3]

Інноваційний потенціал є поняттям комплексним, є певною системою взаємопов'язаних ресурсів, можливостей і здатностей їх використання для досягнення поставлених цілей. При цьому, кожна компонента цієї складної системи є невід'ємною у загальній структурі. Не завжди, маючи певні можливості, ними можна скористатись (наприклад, за відсутності необхідних ресурсів та відповідних компетенцій працівників підприємства щодо ефективної їх мобілізації в процесі інноваційної діяльності).

Очевидно, що інноваційний потенціал знаходиться під безпосереднім та опосередкованим впливом зовнішнього середовища. Це підтверджується тим, що будь-яке підприємство функціонує не ізольовано, а в тісному взаємозв'язку з зовнішнім середовищем. Особливо гостро ця «відкритість» виявляється саме в умовах глобалізаційних перетворень. Будь-які внутрішні процеси є прямим або опосередкованим наслідком більш глобальних змін у зовнішньому середовищі. Цим впливом ні в якому разі не можна нехтувати, оскільки мезо- та макросередовище надає підприємству як сприятливі можливості (ринкові можливості) для нарощування свого інноваційного потенціалу, так і обмежує використання наявних ресурсів для інноваційного розвитку.[4]

Тому підприємства мають концентрувати увагу не тільки на внутрішніх проблемах, але й виявляти та враховувати у своїй діяльності можливі зміни зовнішнього середовища.

Слід відзначити, що комплексна оцінка інноваційної привабливості повинна відповідати таким критеріям [5]:

- характеризувати інноваційну привабливість, виходячи з інтересів різних груп користувачів: самого підприємства й окремих груп інноваторів-інвесторів, зацікавлених в ефективності вкладання коштів;

- використовувати в процесі оцінки майбутніх об'єктів інноваційної діяльності методи фінансового аналізу, що сприятимуть більш чіткому уявленню про їх реальний фінансовий стан та основні шляхи його зміцнення;

- містити оптимальну кількість критеріїв і показників оцінки, що характеризують окремі складові інноваційної привабливості підприємства;

- чітко визначати ступінь корисності реалізації інноваційних проектів для всіх учасників інноваційного процесу.

Неоднозначність підходів науковців вимагають пошуку нових методик оцінювання інноваційної привабливості підприємства.

Висновки

Ми розглянули поняття інноваційної привабливості підприємства. Встановили, що поняття "інноваційна привабливість" ("інноваційно-інвестиційна привабливість") вживається науковцями під час дослідження чинників, механізму прийняття інвестиційного рішення про вкладання коштів у фінансування конкретних інновацій. Визначили, що дану категорію можна трактувати з різних позицій. Дослідили критерії, яким повинна відповідати оцінка інноваційної привабливості.

СПИСОК ВИКОРИТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент [Електронний ресурс] / И. А. Бланк. – К. : МП "ИТЕМ", 1995. – 448 с. – Режим доступу: <http://www.alleng.ru/d/econ-fin/econ-fin173.htm>
2. Кузьмін О.Є. Інвестиційна та інноваційна діяльність : моногр. [Електронний ресурс] / О. Є. Кузьмін, С. В. Князь, Н. В.Тувакова, А. Я. Кузнєцова; за наук. ред. проф., д. е. н. О. Є. Кузьміна. – Львів : ЛБІ НБУ, 2003. – 233 с. – Режим доступу: <http://www.libs.ubs.edu.ua/index.php/ua/biblioteka.html>
3. Гарматій Н.М. Сутність інноваційного капіталу та необхідність його застосування в галузі телекомунікацій [Електронний ресурс]/ Н.М. Гарматій // Галицький економічний вісник. – 2009. – № 2. – С. 42–46. – Режим доступу: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/123456789/293>
4. Макроекономіка : підручник для України / Г. Н. Манків ; пер. з англ.: С. Панчишин ; пер. з англ.: [та ін.] ; наук. ред.: С. Панчишин. – Київ : Основи, 2000. – 588 с.
5. Фесенко Н. В. Методичні засади оцінки інвестиційно-Інноваційної привабливості підприємства в сучасних умовах [Електронний ресурс] / Фесенко Н. В. – Режим доступу : <http://www.pu.if.ua/depart/Finances/resource/filefile/36іпрник/2011-1/Фесенко.pdf>.

Нестерук Юлія Леонідівна– студентка групи Моз-13, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: Благодир Лілія Миколаївна – доцент кафедри менеджменту і моделювання в економіці, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Nesteruk Y.L.- student group MOz-13, Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.
Supervisor: **Blagodyr Lilija M.** — Docent of the Chair of Management and Modeling in Economy, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА»

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто сутність поняття «маркетингова стратегія», обґрунтовано необхідність її розробки та виведено авторське визначення сутності поняття «маркетингова стратегія».

Ключові слова: стратегія, маркетингова стратегія, особливості маркетингової стратегії.

Abstract

The essence of the concept of «marketing strategy», the necessity of developing and printed copyright defining the essence of the concept of «marketing strategy».

Keywords: strategy, marketing strategy, especially marketing strategy.

Вступ

У сучасних умовах української економіки кожне підприємство намагається максимізувати свої прибутки та сприяти ефективній маркетинговій діяльності. Тому, на даний момент, є дуже важливим вибір правильної маркетингової стратегії для підприємства. Зокрема, йому необхідно знати, як дослідити ринкові можливості, як провести відбір цільових ринків, як розробити ефективний комплекс маркетингу й успішно управляти втіленням у життя маркетингових зусиль. Розроблення стратегії підприємства здійснюється в умовах невизначеності. Зовнішнє середовище характеризується нестійкістю дії чинників, що вимушують організацію змінюватися. Маркетингова стратегія є системою дій підприємства, при якій внутрішнє середовище врівноважується із зовнішнім.

Результати дослідження

У процесі формування стратегії управління підприємством створюється підсистема функціональних стратегій, які розробляються щодо визначальних напрямків діяльності підприємства. До основних функціональних стратегій, що розробляються як окремі блоки в рамках головної стратегічної концепції, належать фінансова, маркетингова, виробнича, стратегія управління персоналом та ін. Реалізація функціональної маркетингової стратегії спрямована на створення комплексу конкурентних переваг й ефективне використання підприємством можливостей з боку ринку для досягнення його стратегічної мети [1]. Надзвичайно важливе місце в маркетинговому стратегічному управлінні діяльністю підприємства посідає його маркетингова стратегія, яка формує ринкові стратегічні орієнтири [2].

Різноманіття підходів до визначення маркетингової стратегії обумовлене глибиною самого терміна «стратегія» та масштабами його використання. В економічній літературі (як зарубіжній, так і вітчизняній) відсутня єдність поглядів щодо сутності і змісту маркетингової стратегії підприємства. Можна виділити ряд підходів до визначення маркетингової стратегії (рис 1).



Рис.1. Сутність підходів до визначення терміну «маркетингова стратегія підприємства»

Питанням дослідження сутності поняття «маркетингова стратегія» займалися такі іноземні та вітчизняні вчені як: Алфьоров А.В.[3], Хассі Д.[4], Г. Ассель [5], Ф. Котлер[6], Ж.Ж. Ламбен [7] та багато інших.

Так, згідно з думкою Алфьорова А.В.[3], маркетингова стратегія – це вибір цільового ринку, конкурентної позиції і розробка ефективної програми заходів маркетингу для досягнення та обслуговування обраного ринку.

Д. Хассі[4] прибічник зведення складу і змісту маркетингової стратегії до чотирьох елементів комплексу маркетингу – товару, ціни, збуту і просування, які «необхідно брати до уваги під час роздумів над маркетинговими стратегіями для продуктів і послуг». Розглядаючи зміст маркетингової стратегії, автор поступово оцінює маркетингові товарні, цінові, збутові стратегії та стратегії просування. Такої ж думки дотримується і М. Мак-Дональд.

Г. Ассель[5] визначає маркетингову стратегію як «основний метод компанії впливати на покупців і спонукати їх до купівлі» і також виділяє та розглядає такі види маркетингових стратегій, які не пов'язані з впливом на споживачів фірми, що свідчить про непослідовність у підході щодо інструментів маркетингу.

Ф. Котлер[6] визначає маркетингову стратегію як логічну схему маркетингових заходів, за допомогою якої компанія сподівається виконати свої маркетингові завдання.

Ж.Ж. Ламбен[7] у підручнику «Стратегічний маркетинг» визначає зміст маркетингової стратегії як складового елемента стратегічного плану маркетингу. На його думку, маркетингова стратегія повинна вміщувати такі елементи, як визначення одного або декількох цільових сегментів, позиціонування відносно пріоритетних конкурентів, вимоги щодо асортименту товарів, канали збуту, ціни і умови продажу, торговий персонал, його завдання і організація, реклама і стимулювання збуту, післяпродажне обслуговування, гарантії, послуги, дослідження ринків.

Проаналізувавши поняття, можна зробити висновок, що маркетингова стратегія є основним довгостроковим планом маркетингової діяльності підприємства, спрямованим на вибір цільових сегментів споживачів. Вона об'єднує елементи комплексу маркетингу, ґрунтуючись на яких підприємство здійснює свої ефективні маркетингові заходи, спрямовані на досягнення маркетингових цілей.

Таким чином, на основі дослідження даного питання, можна виділити основні особливості маркетингової стратегії підприємства.

По-перше, у ході реалізації маркетингової стратегії за основу беруться потреби споживача.

По-друге, поняття стратегії треба співвідносити з поняттям розвитку. Немає стратегії без розвитку. У цьому відношенні стратегія є сукупністю змін, що визначають життєстійкість підприємства і збільшують ймовірність його виживання в умовах мінливого середовища.

По-третє, поняття стратегії невіддільне від поняття мети, яка у розвитку виступає в якості головного орієнтиру розвитку, відображає тенденції зміни інтересів.

По-четверте, поняття стратегії неможливо відокремити від поняття прогнозування. Стратегія виступає як результат осмисленого й аналітичного, точніше сказати, наукового передбачення майбутнього, реальностей його досягнення, розуміння необхідного.

По-п'яте, поняття стратегії невіддільне і від поняття "місія", яка характеризує призначення фірми та її роль у загальних тенденціях розвитку людини.

Спираючись на виділені елементи, слід визначити поняття "маркетингова стратегія", а на основі узагальнення існуючих трактувань можна запропонувати авторське визначення.

Так, маркетингова стратегія – це певна сукупність маркетингових інструментів, на основі яких розробляється ефективна політика просування товарів, послуг до споживачів, яка є основним довгостроковим планом маркетингу компанії, спрямованим на вибір цільових сегментів споживачів.

Висновки

Для успішного функціонування підприємства в сучасних умовах необхідна правильно розроблена та ефективна стратегія маркетингу. Але, для того, щоб правильно її розробити, необхідно дати правильне трактування поняттю «маркетингова стратегія». Лише розробка конкретного плану заходів дозволить вітчизняним підприємствам закріпитися на ринку та бути достатньо конкурентоспроможними.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Григор А. В. Исследование инструментальных стратегий маркетинга / А. В. Григор // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 2 (44). – С. 47-52.
2. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг : навч. посібн. / Н. В. Куденко. – К. : КНЕУ, 2005. – 152 с.
3. Алферов А. В. Методы маркетинговой деятельности / А. В. Алферов. – СПб. : СПбГІЕУ, 2004. – 155 с.
4. Хасси Д. Стратегия и планирование : путеводитель менеджера / Д. Хасси. – СПб. : Питер, 2001. – 378 с.
5. Кіндрацька Г. Стратегічний менеджмент: навч. посібник / Галина Кіндрацька. - К.: Знання , 2006. - 366 с.
6. Прайснер А. Сбалансированная система показателей в маркетинге и сбыте / А. Прайснер. – М. : Издательский Дом Гребенникова, 2007. – 304 с.
7. Ламбен Ж. Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж. Ж. Ламбен. – СПб. : Наука, 1996. – 590 с.

Інна Володимирівна Зозуля – студентка групи МОЗ-16 мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: inna_zozulia@mail.ru.

Науковий керівник: **Карачина Наталія Петрівна** – д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Inna Zozulya V. - Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa, e-mail: inna_zozulia@mail.ru.

Прибуток як основний фінансовий результат діяльності підприємства

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Визначено сутність понять «прибуток», «фінансовий результат», та розглянуто умови збільшення прибутку.

Ключові слова: прибуток, фінансовий результат, аналітичне дослідження, факторний аналіз.

Abstract

The essence of such concepts as “profit”, “financial result” is determined, and the factors of profit increase are considered.

Keywords: profit, financial result, analytical research, factor analysis.

Вступ

Прибуток є основним чинником, який впливає на можливість багатьох програм діяльності підприємства, пов'язаних із розширенням потужностей, підвищенням якості продукції, та зростанням конкурентоспроможності. Саме за фінансовими результатами його операційної, фінансової та інвестиційної діяльності підприємства формується прибуток.

Використання прибутку на розширення виробництва відображає важливість його ролі як фінансового ресурсу.

Широке коло цієї проблематики розглянуто в працях таких науковців: Б. М. Литвин, М. В. Стельмах, Г.І. Андрєєва, В.А. Андрєєва, Б. Є. Грабовецький, І. В. Шварц, Іщенко Н.А.

Метою роботи є аналіз прибутку як основного фінансового результату діяльності підприємства.

Результати дослідження

Фінансові результати діяльності підприємства характеризуються приростом чистих активів, основним джерелом якого є прибуток від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності, а також отриманий в результаті надзвичайних подій. Величина прибутку, рівень рентабельності залежить від виробничої, постачальницької, маркетингової, збутової, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства. У практичній діяльності використовуються такі показники фінансових результатів:

- доходи від реалізації продукції;
- доходи від інших операцій;
- доходи від надзвичайних операцій;
- прибуток на одиницю продукції;
- прибуток від реалізації продукції;
- прибуток від операційної діяльності;
- прибуток від звичайної діяльності;
- прибуток від надзвичайних подій;
- оподаткований прибуток;
- чистий прибуток.

Існують ще інші види прибутків:

- прибуток від реалізації цінних паперів;
- неоподаткований (пільговий) прибуток;
- нерозподілений прибуток.

Функціонування будь-якого підприємства, незалежно від видів його діяльності та форм власності, в умовах ринку визначається його здатністю створювати необхідну суму доходу або прибутку. У зв'язку з цим, прибуток займає одне із важливих місць у системі комплексного економічного аналізу, оскільки на його основі оцінюється ступінь досягнення кінцевої мети діяльності підприємства [1].

У процесі аналітичного дослідження необхідно оцінити виконання плану за величиною прибутку, який у ринкових умовах має не директивний, а прогнозний характер на найближчу перспективу. Такий план враховує реальні можливості підприємства отримувати прибутки, а отже, є інструментом перспективного аналізу. Контроль за виконанням плану необхідно здійснювати до та під час здійснення операцій. Це вимагає налагодженої системи прогнозування обсягів реалізації, витрат тощо. Після оцінки динаміки фінансових результатів необхідно провести аналіз їх структури. Але перед цим доцільно проаналізувати структуру доходів і витрат, понесених для отримання цих доходів, адже у ході їх порівняння й визначаються фінансові результати. Аналіз структури та динаміки доходів і витрат свідчить про доцільність здійснених витрат у порівнянні з отриманими доходами. Поряд з витратами аналізується також структура вирахувань з доходу (непрямі податки, знижки тощо) [2].

В процесі проведення фінансового аналізу важливо не стільки констатувати про зростання (скорочення) досліджуваного показника, скільки оцінити, які фактори і якою мірою вплинули на ці зміни. Для оцінки відхилення прибутку у звітному періоді у порівнянні з попереднім рекомендується використати такі фактори(чинники):

- зміна обсягу продукції;
- зміна структури виготовленої продукції;
- зміна собівартості продукції;
- зміна цін на продукцію [3].

За результатами факторного аналізу можна оцінити якість прибутку. Якість прибутку від основної діяльності вважається високою, якщо її збільшення зумовлене зростанням обсягу продажів, зниженням собівартості продукції. Низька якість прибутку характеризується зростанням обсягів реалізації за рахунок росту цін на продукцію без збільшення фізичного обсягу продажів і зниження витрат на гривню продукції. Отже, збільшення прибутку можливе за рахунок:

- нарощення обсягів виробництва і реалізації товарів;
- здійснення заходів щодо підвищення продуктивності праці своїх працівників;
- зменшення витрат на виробництво продукції;
- кваліфікованого здійснення цінової політики, оскільки на ринку діють переважно вільні (договірні) ціни;
- грамотної побудови договірних відносин з постачальниками, посередниками, покупцями;
- покращення системи маркетингу на підприємстві, тобто виробляти тільки те, що безумовно буде купуватися, тому потрібно згрупувати свою продукцію за ознакою рентабельності і зосередити увагу на тій продукції, яка є високорентабельною;
- удосконалення продукції з середнім рівнем рентабельності, а низькорентабельну зняти з виробництва;
- організації виробничого процесу таким чином, щоб він був пристосований до швидкої переналадки;
- постійного проведення наукових досліджень аналізу ринку, поведінки споживачів і конкурентів[4].

Висновки

Прибуток виражає суму на яку доходи перевищують витрати та являється одним з основних джерел формування фінансових ресурсів підприємства та формування фондів грошових коштів підприємства. Підкреслимо, що на операційну діяльність використовується близько 95% прибутку. Саме здатність створювати необхідну суму доходу або прибутку визначає рівень функціонування підприємства в умовах ринку.

Отже, прибуток займає важливе місце у структурі фінансових результатів та її аналізі, адже ступінь досягнення кінцевої мети діяльності підприємства буде оцінюватись на її основі. Також ми розглянули різні можливості збільшення прибутку, завдяки яким підприємство матиме можливість ефективно розвиватись та його рентабельність зростатиме.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Литвин Б. М. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник / Б. М. Литвин, М. В. Стельмах — К.: «ХайТек Прес», 2008. - 336 с.
2. Андреева Г.І. Організація і методика економічного аналізу: навчальний посібник / Автори і уклад. Г.І. Андреева, В.А. Андреева. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. - 353 с.
3. Грабовецький Б. Є. Фінансовий аналіз та звітність : навчальний посібник / Б. Є. Грабовецький, І. В. Шварц. – Вінниця : ВНТУ, 2011. - 281 с.
4. Іщенко Н.А. Факторний аналіз формування прибутку підприємства [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_17_ekon/stat_17/33.pdf

Принь Ірина-Маргарита Олександрівна – студентка групи МОЗ-13, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: iritka96@mai.ru

Науковий керівник: **Наталія Петрівна Карачина** – доктор економічних наук, професор, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: karachyna.n@gmail.com

Iryna-Margaryta O. Pryn – student, Faculty of Management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: iritka96@mai.ru

Supervisor: **Karachyna Natalija P.** – Dr. Sc. (Economic), Professor, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: karachyna.n@gmail.com

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто та узагальнено методичні підходи до оцінювання ефективності збутової діяльності підприємства. Розкрито питання розробки та обґрунтування збутової політики. Визначено основні принципи та критерії стимулювання збуту, методи аналізу збутової діяльності.

Ключові слова: збут, збутова політика, стимулювання збуту, рентабельність, життєвий цикл товару.

Abstract

It has considered and summarized methodological approaches to evaluating the effectiveness of marketing activities of the company. Solved issue of development and study of marketing policy. The basic principles and criteria for promotion, methods of analysis of sales activity.

Keywords: marketing, sales policy, sales promotion, profitability, product life cycle.

Вступ

Сьогоднішня економіка, що динамічно розвивається, призводить до того, що фірми і організації вимушені постійно еволюціонувати, щоб не залишитися за бортом прогресу і бізнесу. Насичення абсолютно всіх ринків товарами такою мірою, що компаніям доводиться буквально битися за покупців, приводить до розуміння виняткової ролі збуту в діяльності фірми. В таких умовах головна задача будь-якого підприємства – ідеальним чином сумістити бажання клієнтів і власні виробничі можливості. Враховуючи вищезазначене можна констатувати, що збільшення ефективності функціонування підприємства в сучасних умовах неможливе без розробки таких методів управління збутовою діяльністю, які б допомагали орієнтуватись на потреби ринку і вести конкурентну боротьбу.

Результати дослідження

Оцінка внутрішньої ефективності управління збутовою політикою – це визначення відповідності результатів управління збутовою політикою встановленим цілям, ефективності самих стратегій та економічної ефективності управління збутовою політикою. Ефективність збутової діяльності, насамперед, залежить від ринків збуту, що, своєю чергою, впливає на обсяги продажів, середній рівень цін, дохід від реалізації продукції, суму отриманого прибутку та безпосередньо пов'язана з управлінням. [1]

Із точки зору Н.М. Гудзенко, організація збуту залежить від потенціалу підприємства та обраної ним збутової політики – сукупності збутових стратегій маркетингу і комплексу заходів з формування асортименту товарної продукції та ціноутворення, стимулювання збуту, укладання договорів, транспортування та інших організаційних аспектів збуту. Це – спосіб здійснення збутової діяльності.[2]

Обґрунтуванням ефективності збутової політики є багатоваріантний розрахунок витрат обігу та вибір на його основі оптимального варіанта за основними напрямками збутової діяльності на ринку.

Розробка та обґрунтування збутової політики передбачає вирішення таких питань стосовно конкретно вибраного товару або груп товарів:

- вибір ринку;
- вибір системи збуту та визначення необхідних фінансових витрат;
- вибір каналів та методів збуту;
- вибір часу виходу на ринок;
- визначення системи руху товарів та витрат на доставку товару споживачеві;
- визначення форм та методів стимулювання збуту та необхідних для цього витрат.

Найефективнішими засобами стимулювання збуту товару на ринок є: реклама товару, використання товарного знака та технічне обслуговування реалізованої продукції. До найважливіших методів стимулювання збуту належить також система формування попиту споживачів і їх потреб шляхом встановлення особистих контактів зі споживачами на місцях реалізації [3]

Збутову діяльність підприємства доцільно аналізувати за такими напрямками:

- аналіз виконання договірних зобов'язань перед покупцями по поставках продукції;
- аналіз якості що поставляється покупцям продукції;
- аналіз показників результативності збутової діяльності;
- аналіз впливу збутової діяльності на прибуток підприємства. [4]

Діагностика ефективності системи збуту передбачає не тільки розрахунок показників ефективності системи збуту, а й аналіз факторів, що вплинули на відхилення планових і фактичних показників збуту. Кількісна оцінка ефективності системи збуту передбачає порівняння у динаміці та визначення темпів зміни і відхилення показників ефективності збутової діяльності.

До таких показників належать:

- обсяг збуту (чистий дохід від реалізації продукції); чистий прибуток від реалізації продукції; собівартість реалізованої продукції;
- рентабельність продукції (розраховується як відношення обсягу збуту до собівартості);
- середні товарні запаси (розраховується як середнє арифметичне значення обсягу товарних запасів на початок і на кінець періоду);
- коефіцієнт інтенсивності оборотності товарних запасів (відношення обсягу збуту до середнього обсягу товарних запасів);
- товарооборотність (кількість днів у певному періоді (році), поділена на коефіцієнт інтенсивності оборотності товарних запасів);
- частка нереалізованої продукції у вартості товарної маси (відношення собівартості реалізованої продукції до середніх товарних запасів);
- обсяг збуту та прибуток від реалізації в розрахунку на 1 м² збутової площі підприємства;
- обсяг збуту та прибуток від реалізації в розрахунку на 1 працівника, що займається збутом;
- фонд оплати праці збутового персоналу;
- питома вага фонду оплати праці збутового персоналу в загальному фонді оплати праці підприємства. [5]

Стадія життєвого циклу, на якій перебуває підприємство, безпосередньо обумовлює його цілі у сфері збуту. Так, на стадії народження підприємства основна увага приділяється вибору цільового ринку і збільшенню обсягів продажу. На стадії зростання підприємства у центрі уваги є збільшення ринкової частки, розширення цільових сегментів. На стадії зрілості підприємство намагається зберегти існуючі позиції і вийти на нові ринки збуту. На стадії старіння підприємству доцільно залучати нових споживачів, диверсифікувати діяльність і шукати внутрішні резерви підвищення ефективності збутової діяльності. [6]

Висновки

Отже, управління збутовою діяльністю є складним і багатогранним процесом і вимагає постійного аналізу й удосконалювання. Формування новітніх дієвих технологій у системах управління збутовою діяльністю зумовлене поступовим збільшенням обсягів реалізації вітчизняних виробників. Тому першочерговим завданням промислових підприємств є створення ефективної системи управління збутовою діяльністю. Організація збутової діяльності повинна бути частиною стратегії управління підприємством і формуватися у процесі складання виробничої програми підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Азарова Т. В. Технологія оцінки соціальних програм та проєктів / Т.В.Азарова, Л. К. Абрамов. – Кіровоград : ІСКМ, 2007. – 100 с
2. Кальченко А. Г. Логістика: підручник [Текст] / А. Г. Кальченко. – К.: КНЕУ, 2003. – 284с.
3. Шпилик С. Управління збутовою діяльністю підприємства / С.Шпилик // Галицький економічний вісник. — 2012. — №4(37). — с.88-95
4. Синяева И. М. Маркетинг в коммерции [Текст] : учебник / И.М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашков. – 3-е изд. – Москва: Дашков и К, 2011. – 548 с.

5. Шевчик М. Г. Інструменти оцінки збутової політики підприємства / М.Г.Шевчик // Науковий вісник нац.університету біоресурсів і природокористування України . – 10/11/2011. – N154 част.2: Економіка, аграрний менеджмент та бізнес. – С. 324-332.

6. Поплавська Ж. В. Сутність життєвого циклу підприємства та фактори, що впливають на його формування / Ж. В. Поплавська // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – № 18.8. – С. 169-174.

Тисячук Ірина Олегівна – Моз-16мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький Національний Технічний Університет, м. Вінниця, електронна адреса: irenka.tysyachuk@gmail.com

Науковий керівник – Карачина Наталя Петрівна, д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту, маркетингу та економіки.

Faculty of management and information security

Supervisor - Karachyna Natalia Petrovna, Dr. Sc. (Economic), Professor, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: karachyna.n@gmail.com

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі розглянуто перелік основних стратегій управління підприємством та показано їх взаємозв'язок із кадровою політикою підприємства.

Ключові слова: стратегія управління, кадрова політика, персонал.

Abstract

This article presents a list of basic strategies of the enterprise and show their relationship with the personnel policies of the company.

Keywords: strategy management, skilled policy, personnel.

Вступ

Виважена, досконала система формування кадрового потенціалу та управління ним є базовим чинником забезпечення ефективності виробництва та успішності бізнесу загалом. Варто зауважити, що теорія життєвого циклу організацій безумовно передбачає розвиток підприємства в безпосередньому взаємозв'язку кадрової політики і його стратегічного управління. Це вимагає побудови розвиненої системи кадрової політики і стратегії підприємства, розуміння та врахування перетину відповідних процедур в розрізі вказаних аспектів.

У сучасній економічній літературі аналізу проблем формування, розвитку і використання кадрового потенціалу приділяється значна увага. Дослідження в цій галузі вітчизняними фахівцями знайшли своє відображення в роботах таких учених як В. В. Оникієнко, О. С. Овчиннікова, М. І. Ожиганова, В. О. Хорошко, Д. П. Богиня, О. А. Грішнова, А. М. Колот, М. Сасенко та інших. Проте, в умовах сучасних динамічних перевтілень з'являються нові особливості і напрямки розвитку механізму формування та ефективного використання кадрового потенціалу, які вимагають вивчення.

Результати дослідження

Під управлінською стратегією розуміється загальна концепція того, як досягаються головні цілі організації, вирішуються проблеми, що стоять перед нею, і розподіляються необхідні для цього обмежені ресурси. На практиці кадрова стратегія являє собою систему управлінських і організаційних рішень, спрямованих на реалізацію місії, цілей і задач фірми.

Першопочатково узагальнимо методичні особливості формування та реалізації загальнобізнесових стратегій у їх взаємозв'язку із таким елементом організаційного проекту фірми (читай, внутрішнього середовища компанії), як «персонал». Варто зауважити, що українська економіка переживає період трансформації та адаптації до ринкових умов. Найболючішим в цьому відношенні була миттєва ліквідація союзних підприємств-гігантів і дуже поступове формування нових бізнес-одиниць. При цьому, окремі «гіганти» залишилися, пройшли через процес приватизації, перейшовши спочатку в колективну власність, а потім, переважно в одноосібну або майже в одноосібну: в більшості випадків «до рук» дирекції. Новостворені фірми в своїй критичній масі розвивалися абсолютно «по книжці», відповідно до теорії життєвого циклу організації. На сьогодні, через чверть століття після руйнування адміністративно-командного типу економіки, ми маємо сформовані бізнес-структури із розвиненими рівнями управління, широким застосуванням маркетингової концепції, алгоритмізованими бізнес-процесами, активним залученням до структур антикризових менеджерів, досвідченими HR-менеджерами та іншими прецедентами сучасного менеджменту.

Теперішнє зовнішнє середовище бізнесу, яке характеризується багатоелементністю та динамічністю параметрів цих елементів, актуалізує широке запровадження інструментарію стратегічного менеджменту у всіх його аспектах. До цього спонукає більший розмір фірм, оскільки невдачі середніх і великих бізнесових структур болючіші за соціально-економічними наслідками, ніж малих. Зростаюча конкуренція, в тому числі глобальна, – також аргумент на користь розробки адекватної до зовнішнього та внутрішнього середовищ стратегії, яка, крім іншого, надає компанії свою атрибутику, дозволяє споживачу ідентифікувати фірму в конкурентному середовищі, є базою для забезпечення лояльності клієнтів.

Тут відмітимо, що до початку 60-років XX-го століття основний потенціал конкурентоспроможності забезпечувався за рахунок вдосконалення і 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) [1].

Наведення організаційного порядку в компанії вимагає розробки двох базових складових: 1) **стратегічного** блоку; 2) **організаційного** проекту. Елементи **стратегічного** блоку: бачення (візія), місія компанії, базові цінності, цілі, стратегії їх досягнення (загальноорганізаційна стратегія; стратегії стратегічних одиниць бізнесу; функціональні стратегії, в тому числі кадрова; інструментальні стратегії, тобто маркетингові або стратегії «4Р»). Елементи **організаційного** блоку (по суті, внутрішнього середовища організації): задачі, структура, персонал, система розподілу повноважень та система мотивації, корпоративна культура.

Однозначно, **стратегічний** блок впливає на **організаційний**. Наприклад, поставлені цілі обумовлюють перелік оперативних критичних задач; цінності є фундаментом корпоративної культури; кадрова стратегія обумовлює якісні та кількісні параметри такого елементу організаційного проекту, як «персонал». А чи впливає «**організаційний** проект» на «**стратегічний** блок»? Безумовно, оскільки стратегію розробляють або затверджують топ-менеджери компанії (можливо, і менеджери інших рівнів), які входять до елементу оргпроекту – «персонал». В цій зв'язці може виявлятися «неспроможність топ-менеджменту»: коли керівники компанії (якщо вони не є власниками) обирають не найліпшу стратегію з позиції забезпечення соціально-економічного та ринкового успіху, а ту стратегію, яке зберігає їх статус та матеріальне положення в компанії. Тому, менеджмент фірм будь-якого розміру має шукати форми і способи запровадження переваг корпоративного управління акціонерних товариств, яке характеризується певною системою стримувань і противаг, згідно чинного законодавства та світової практики. Власне, на нашу думку, саме тому останнім часом активно здійснюється корпоратизація українських державних підприємств – для нівелювання «неспроможності топ-менеджменту» державних компаній, в тому числі при виробленні стратегії їх подальшого розвитку.

Складовими частинами стратегії є виробнича діяльність підприємства: організація виробництва з урахуванням вимог ринку; фінансово-економічна: можливе залучення фінансових ресурсів у виробництво і в розвиток кадрів організації; соціальна, пов'язана з задоволенням потреб персоналу підприємства тощо.

Будь-яка стратегія повинна бути: реальною, внутрішньо цілісною; сумісною з середовищем; збалансованою за ресурсами; у міру ризикованою; органічно поєднувати довгострокові і короткострокові цілі [2].

Запровадження нових напрямів діяльності, зміна курсу організації, виходячи з її внутрішніх ресурсів, вимагає в стратегії розвитку персоналу головні акценти змістити на опанування працівниками нових знань, умінь і навичок. Професійна перепідготовка та підвищення кваліфікації набувають особливого значення для реалізації стратегії зміни курсу.

Стратегічне управління персоналом дає змогу формувати необхідний кадровий персонал, орієнтує виробничу діяльність чи надання послуг відповідно до попиту споживача, здійснює гнучке регулювання та своєчасні зміни в організації, які відповідають вимогам оточення і дають змогу

досягти певних конкурентних переваг. Кожному варіанту стратегії управління організації відповідає адекватний варіант стратегії розвитку персоналу [3].

Процес стратегічного управління персоналом підприємства складається з трьох основних етапів:

- стратегічне планування персоналом;
- стратегічна організація персоналу;
- стратегічний контроль персоналу [4].

Можна з упевненістю сказати, що одним із найвагоміших етапів стратегічного управління персоналом є саме його стратегічне планування, тому що саме на цьому етапі встановлюються необхідні цілі в сфері управління персоналом як на довгостроковий, так і короткостроковий період, вибирається кадрова стратегія підприємства, організовується забезпечення досягнення встановлених стратегічних цілей з управління персоналом.

Під кадровою політикою організації розуміють систему поглядів, вимог, норм, принципів, обмежень, що визначають основні напрямки, форми і методи роботи з персоналом. Її цілями є зберігання, зміцнення і розвиток кадрового потенціалу, створення високопродуктивного колективу, забезпечення сприятливих економічних, соціальних і психологічних умов його діяльності [2].

Загальні вимоги до кадрової політики в сучасних умовах зводяться до наступного:

1. Кадрова політика має бути тісно пов'язана із стратегією розвитку (або виживання) підприємства. В цьому відношенні вона є кадровим забезпеченням реалізації цієї стратегії.

2. Кадрова політика має бути досить гнучкою. Це означає, що вона має бути, з одного боку, стабільною, оскільки саме із стабільністю пов'язані певні чекання працівника, з іншого боку – динамічною, тобто коректуватися відповідно до зміни тактики підприємства, виробничої та економічної ситуації. Стабільними мають бути ті її сторони, які орієнтовані на облік інтересів персоналу і мають відношення до організаційної культури підприємства (фірми). Остання включає цінності і переконання, що розділяються працівниками і зумовлюють норми їх поведінки, характер життєдіяльності підприємства.

3. Оскільки формування кваліфікованої робочої сили пов'язане із певними витратами для підприємства, кадрова політика має бути економічно обґрунтованою, тобто виходити з його реальних фінансових можливостей.

4. Кадрова політика повинна забезпечити індивідуальний підхід до своїх працівників [5].

Отже, ефективна кадрова політика підприємства повинна бути направлена на формування такої системи роботи з кадрами, яка б мала на меті не лише економічний, але й соціальний ефект. Безумовно, що найважливішу роль при виборі кадрової політики відіграє саме стратегія розвитку підприємства. До того ж, вдало підібрана і впроваджена кадрова політика сприяє втіленню в життя і самої стратегії.

Організаційні форми побудови і розвитку виробничої діяльності підприємства багатообразні. Як відомо, є три базові стратегічні напрями:

- 1) виробництво продукції з можливо нижчими витратами;
- 2) диверсифікація;
- 3) орієнтація на певні ринкові ніші [6].

Найяскравіше взаємозв'язок розвитку підприємства і кадрової політики виявляється при класифікації стратегій, що враховує ситуаційні чинники. Згідно даному підходу, розрізняють декілька ситуаційних стратегій, пов'язаних з певними стадіями розвитку підприємства (фірми):

1. Організація нового бізнесу.
2. Концентрація на одному напрямі підприємницької діяльності.
3. Вертикальна інтеграція, коли належить визначити, що вигідніше – купувати або виробляти їх самостійно.
4. Диверсифікація – експансія підприємств, що діють, в нові області виробничої діяльності (відносно спеціалізації, що склалася) з метою підвищення економічної стійкості підприємства.
5. Стратегія переносу капіталу.
6. Вилучення капіталів і припинення діяльності [7].

Оскільки будь-яка стратегія розвитку підприємства в тій чи іншій мірі є ризиковою, то процес її реалізації має супроводжуватись «зворотнім зв'язком». Для прикладу: коли здасться, що кадрова політика підібрана правильно, але все пішло не так, як гадалося, то вчасно виявивши недоліки, чи можливо, якісь неправильні рішення, все ще можна виправити. Наприклад, зробити переорієнтацію на інший сегмент ринку, де є більша вірогідність успіху, можливо потрібно скоротити масштаби, або

навіть залучити до справи усі резерви. Іноді виходом із ситуації може бути навіть припинення діяльності та переорієнтація на інший вид бізнесу із відповідними змінами в організаційному проекті, в тому числі і в кадровій стратегії.

Висновки

Підводячи підсумок, слід зазначити, що підприємствам було б досить корисно звертати увагу на взаємозв'язок стратегічного управління та кадрової політики. Менеджери фірми повинні мислити масштабно, прогресивно і розумно управляти, забезпечуючи узгодження цілей та можливостей підприємства. Основне управлінське завдання в процесі зміни стратегії та організаційного проектування або перепроєктування – мудро вибудувати наступні взаємозв'язки: «цінності – добір та мотивація персоналу – формування та підтримка корпоративної культури»; «формування стратегії бізнесу та функціональних стратегій – забезпечення їх підтримки усім персоналом». Особливу увагу при розбудові системи стратегічного управління слід звертати на «неспроможності топ-менеджменту», коли вища ланка управління, розробляючи нову стратегію, більше схильна піклуватись про збереження свого статусу, ніж про бізнесовий успіх компанії та забезпечення її стабільності.

Однозначно, важливим є і те, наскільки правильно зроблений вибір кадрової політики на підприємстві, бо, як відомо, ефективна діяльність всього підприємства, в першу чергу, залежить від організованої і продуктивної роботи самих працівників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Несен Л. М. Реалізація стратегії блакитного океану через реінжиніринг бізнес-процесів: практичний аспект [Текст] / 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.
2. Ожиганова М. І. Управління персоналом : навч. посіб. / М. І. Ожиганова, В. О. Хорошко, Ю. Є. Яремчук, В. В. Карпінєць. - Вінниця : ВНТУ, 2014. - 187 с. – Бібліогр.: с. 183-187 - укр.
3. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу: навч. посіб. / В. А. Савченко. – К.: КНЕУ, 2002. –351 с.
4. Балабанова Л. В. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки: монографія / Л. В. Балабанова, О. В. Стельмашенко. – Донецьк: [Дон НУЕТ], 2010. – 238 с.
5. Овчиннікова О. С. Взаємозв'язок кадрової політики і стратегії підприємства / О. С. Овчиннікова, А. О. Єфремова // Культура народів Причорномор'я. – 2009. – № 176. – С. 26-28.
6. Мажура І. А. Стратегічне управління персоналом підприємства / І. А. Мажура, С. М. Невмержицька // Формування ринкових відносин в Україні. – 2014. – № 4. – С. 203-206.
7. Вихристюк М. О. Взаємозв'язок кадрової політики і стратегії розвитку машинобудівного підприємства / М. О. Вихристюк, В. Г. Мамченко // Машинобудування. – 2010. – № 6. – С. 189-197.

Несен Леонід Миколайович – к.т.н., доцент, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Олійник Світлана Олегівна – студентка групи МОЗ-16 мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: oliynyk_9@meta.ua.

Nesen Leonid – PhD in Technical, docent, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Oliynyk Svitlana – Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: oliynyk_9@meta.ua.

ІДЕОЛОГІЯ РЕФОРМАЦІЇ ТА РЕАЛІЇ СУЧАСНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СОЦІУМУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Визначена основна сутність ідеології реформації християнства, та розглянуті реалії сучасного соціально-економічного становища суспільства через призму реформації.

Ключові слова: реформація, стан релігійності суспільства, протестантська трудова етика, реформація України.

Abstract

The basic essence of the ideology of Reformation Christianity, and discussed the realities of modern social and economic situation in the light of the Reformation Society.

Ключові слова: реформація, стан релігійності суспільства, протестантська трудова етика, реформація України.

Реформації в свою основу вкладають докорінну зміну існуючих поглядів устрою суспільства, що виникають на хвилях масових незадоволень, теперішнім його станом.

Першим кроком до кардинальні зміни, в життя християнського світу кінця середньовіччя, слід вважати публічний виступ Мартіна Лютера 1517 року, а кінцевим етапом дві великі революції – Французьку й Американську, тобто 70-80-і роки 18 століття.[1]

Ціла низка причин привела до реформації, що виявлялися в дозрілості релігійного, соціально-політичного, провіденціального стану суспільства. Але в першу чергу Реформація була обумовлена релігійними причинами.

Стан релігійності суспільства, на кінець середніх століть характеризувався двома протилежними станами, двох різних верств населення. Різницею, між життям мирян, і священства. Саме серед простого народу, у цей період спостерігалось зростання щирого благочестя. Водночас спроби знайти задоволення такому богошуканні стикалися з глибоким моральним падінням священства й навіть чернецтва. Сріблολюбство, пияцтво і блуд стали постійними супутникам більшості офіційних служителів і навіть самого папства. Присутні безліч прикладів, коли до кінця Середньовіччя за гроші виправдовувались будь-які аморальні вчинки. Що знімало відповідальність людини перед Богом, замінивши її малим тягарем фінансової повинності.

Потреба людей в істині, що була б позбавлена від ракової пухлини тогочасного «духовенства», викликав стрімкий розвиток друкарської роботи, що в свою чергу змінив настрої європейської інтелектуальної еліти. Поширення набули роботи отців реформації, таких як Мартіна Лютера, Ульріха Цвінглі, Жана Кальвіна. Завдяки дешевим виданням біблійних текстів, як латинською, так і грецькою мовами, і виданню патристичної літератури багато хто по новому усвідомив свою віру.

Для кожної з країн Європи, колиски руху Реформації, події викликані змінами в релігії, мали свої особливі наслідки. В залежності від того саме чого прагнула досягти та чи інша нація, а саме від фактичного економічного стану тієї чи іншої країни, що визначали пріоритетні напрямки її розвитку. На відміну від Німеччини, де головними були релігійно-моральні проблеми, у Франції на перший план вийшли політичні й економічні проблеми.[1]

Ціль загального руху полягала, в докорінних змінах поглядів на віру, і її місце в житті людини, а також на створення особистих відносин між Богом і людиною. Важливим кроком було зменшення залежності від покровительства третіх осіб, а саме священства і папства, надаючи можливість людини віч на віч спілкуватись з Богом, і досліджувати Біблійні тексти.

Це сприяло в рості економічного становища країн реформаторів, так як в свою чергу, підняття на якісно новий біблійний рівень таких понять, як благочестя, чесність, смирення, довготерпіння,

працьовитість, любов до ближнього надали людям розуміння відповідальності за свою працю, за своє публічне і домашнє життя не лише перед людьми але й перед Богом.

Якщо до Лютера світська робота вважалася марною, то він зазначав що грецьке слово «покликання» відноситься не лише до служіння священика або монаха. Те що, як воїн, підприємець, робітник або селянин виконує свою щоденну працю, також є дуже важливим для Бога. В одній зі своїх проповідей Лютер заявив, що «Бог доїть корів через трудове покликання доярок», цим прирівнявши повсякденну працю до священства.

Особливо це вплинуло на підприємницьку діяльність. Підприємець почав бачити у своїй діяльності не лише важкий невдячний обов'язок, але покликання від Господа. А успіх в підприємстві став сприйматися як нагорода за чесну і сумлінну працю. Відомий соціолог Макс Вебер стверджує, що саме протестантська трудова етика, яка вбачає у праці служіння Богові, а не лише марноту, стала фундаментом добробуту багатьох країн. Якщо подивитися на списки найбільш багатих та успішних держав, то серед них більшість — з протестантським корінням.[2]

Яскравим прикладом даного твердження, є історія відкриття, і розвитку Нового світу. Більшість населення якого, сформувалось на основі біженців, що втікали з Європи через посилення гонінь, на реформаторські ідеї. На теперішній час половина всього населення США відносять себе до протестантських течій християнства. Економічний розвиток, і домінантність США в економічному світі є незаперечними.[3]

Але чи на сьогодні, ми маємо право стверджувати, що ідеї реформації, щоденно якісно змінюють і впливають на життя суспільства. Стверджувати, що реформація, була не лише тимчасовим явищем духовного волевиявлення соціуму, але довготривалим і важливим процесом, що продовжується, і до тепер. Чи є потреба її продовжувати?

Світ переходить від етапу, богошукання, до етапу свободи, волевиявлення незалежно від релігійних, і християнсько моральних рамок. Воля стала більшою за мораль. Наукові здобутки, що лише описують процеси навколишнього світу, і хоча дають можливість їх практичного застосування, не надають людині повної картини, для розуміння себе, і себе в суспільстві. Інститут сім'ї переходить в категорію застаріле, важливішим є ти і твої особисті бажання. Люди тікають від відповідальності, які на них накладає шлюб, бажаючи вільних стосунків без обов'язків. Ми рухаємся, до «буму» морального світу, до руйнування їх християнських основ. Де свобода заради свободи, цінність «меншинств», подавляє цінності більшості.

Україна потребує реформації свідомості. Реформації кожної людини, для зміни її поглядів, на неї і суспільство. Розуміння відповідальності, за власні вчинки, за власний вибір. Керуюче верховенство управлінського апарату держави потребує свідомого розуміння відповідальності, за життя країни перед Богом, що можливо лише за присутності біблійних статутів, в них самих і в їх сім'ях. Нам потрібна не релігія, з її правилами і обрядами, нам потрібні особисті стосунки з Богом, через Його Слово, що є практичним узагальненням сенсу Реформаторського руху.

Висновки

Часи Лютера, виражаються відсутністю можливості мирян особистого доступу до Біблії, гонінням з сторони релігії, і уряду на прояви подібних бажань. Наш час описується як присутність свободи, вільного доступу до Біблії, і християнської літератури, але відчутне знецінення їхньої важливості в суспільстві.

Реалії сучасної історії нашої країни дають зрозуміти, що ми потребуємо, реформації суспільного морального життя, саме в призмі християнських цінностей. Лише за зміни відношення до власної відповідальності, до статуту сім'ї, і до християнства, як до особистих відносин з Богом, відбудуться зміни і в економічному житті України. Підтвердженням цього є історія Реформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Санніков С.В. Популярна історія християнства. / С.В. Санніков. – К. : Самміт-Книга, 2012. – С. 246-340.
2. Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму. / М. Вебер – К.: Основи, 1994. – С. 4-20 – Режим доступу: http://lib.sumdu.edu.ua/library/docs/Materiali_do_kyrsiv/Veber.pdf
3. David B. Barrett Protestantism in America. (Columbia contemporary American religion series) / David B. Barrett, Lauren F. Winner. – NY.: Columbia University press, 2013. – 295 p.

Щерба Олексій Романович – студент групи МОз-15 мс, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: shcherbaalex77@gmail.com

Науковий керівник: **Мороз Олег Васильович** – доктор економічних наук, професор, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: ovmorozz@gmail.com

Shcherba Alesha R. – student, Faculty of Management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: shcherbaalex77@gmail.com

Supervisor: **Moroz Oleg V.** – Dr. Sc. (Economic), Professor, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: ovmorozz@gmail.com

ЕТИМОЛОГІЯ ТА РОЗВИТОК ТРАКТУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ «БРЕНД»

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито походження, дефініцію та розвиток сутнісного наповнення категорії «бренд» в контексті брендингової теорії. Визначено і обґрунтовано структурні елементи та складові бренду як одного із найуспішніших феноменів сучасного бізнесу.

Ключові слова: бренд, брендинг, торгова марка, маркетинг, теорія брендингу.

Abstract

This article disclosed the origin, definition and development of the essential content category "brand" in the context of branding theory. Structural elements and components of the brand determined and grounded as one of the most successful phenomena of modern business.

Keywords: brand, branding, brand marketing, branding theory.

Вступ

Брендинг як масове явище і предмет уваги фахівців з маркетингу вперше з'явився у XIX ст. Це відбувалося на фоні виведення на ринок перших марочних товарів масового споживання, що швидко реалізуються. Однак справжній розквіт ідеї брендингу припав на другу половину XX ст., що було пов'язано з появою на ринку великої кількості ідентичних товарів, становлення глобальної мережі супермаркетів та, відповідно, різкого зростання ролі торгівельного капіталу у формуванні ідеології споживання.

Як соціально-економічне явище брендинг займає помітне місце в економічній теорії та теорії і практиці маркетингової діяльності в світі та Україні. Впродовж 90-х рр. XX теорія брендингу в Україні традиційно формувалася з врахуванням фундаментальних напрацювань Ф.Котлера, С.Девіса, П. Дойля, Ж. Ламбена, Х. Прінгла, К.Веркмана, Дж. Траута та ін.; до більш пізніх робіт слід віднести праці А. Девіда, Т. Лейні, Д. Райта, А.Віпперфюрта, М. Ньюмейера, К.Келлера та ін. Дослідницький аспект формування теоретичних основ брендингу з врахуванням практики маркетингу в Україні пов'язаний із діяльністю О.Зозульова, Ю.Щегольської, А. Грінька, Т.Мельник, Т. Кузькіної, М.Римаренка, Л. Забуранної та ін.

Результати дослідження

Провідний спеціаліст в галузі брендингу, американський професор Девід А. Аакер відзначає, що нова епоха – це епоха створення брендів. В XXI сторіччі бренди замінили товари, позиціонування бренда зробило неактуальною цінову конкуренцію, а на заміну рекламі виникли інтегровані бренд-комунікації [1, с. 9]. Водночас, Ф. Котлер наполягає: «Найважливіше поняття в маркетингу – поняття бренду. Якщо ви не бренд – ви не існуєте.» [2]. Відтак, саме бренд створює вартість і феноменом сучасного бізнесу стала висока ефективність і переважно визначальна роль бренду у досягненні комерційного успіху.

З метою визначення критеріїв, етапів формування ефективного брендингу та факторів впливу насамперед є необхідним ґрунтовне категоріальне дослідження термінології брендингової теорії.

Єдиного трактування поняття «бренд» не існує, кожен хто використовує його, вкладає свої характеристики і робить специфічні наголоси. З точки зору лінгвістики, бренд – це клеймо, спосіб графічної ідентифікації продукції конкретного виробника. З погляду рекламистів, бренд – це сума всіх характеристик, матеріальних або нематеріальних, яка робить комерційну пропозицію унікальною; це – комбінація враження, яке він справляє на споживачів і результату їх досвіду використання бренду.

Для стратегів бренд – це засіб управління взаєминами між організацією та її цільовими аудиторіями, спрямоване на усунення апріорі існуючого інтересу конфліктів [3].

Для професора маркетингу К. Л. Келлера бренд, який він повністю ототожнює з торговою маркою, – це унікальна допоміжна властивість (сукупність допоміжних властивостей) товару, що виділяє його серед інших товарів, які задовольняють аналогічну потребу. Допоміжні властивості бувають раціональними (відчутними, конкретними) або емоційними (нематеріальними, абстрактними) [4, с. 8]. Цю позицію підтримують і дослідники англійського The Open University Леслі де Чернотоні і Франческа Далл Олмо Рілі, які стверджують, що бренд є ідентифікованим продуктом, сервісом, особою чи місцем, які створені таким чином, що споживач сприймає унікальну додану цінність, яка відповідає його потребам найкращим чином [5, с. 8].

Ф. Котлер, скорегувавши визначення, що подається Американською асоціацією маркетингу, визначає марку (бренд) як «назву поняття, знак, символ, дизайн, або комбінацію перерахованих вище властивостей, призначених для ідентифікації запропонованих продавцем товарів або послуг, а також для встановлення їх відмінностей від товарів, послуг конкурентів [2]. Абсолютно тотожним розкривається термін «бренд» у словнику-довіднику «Менеджмент», а саме як ім'я фірми-виробника, марка, товарний знак. Знак, символ, ім'я, які використовуються для ідентифікації товарів чи послуг даного продавця (продавців) для того, щоб відрізнити їх від продукції конкурентів. Товарний знак допомагає покупцям відрізнити товари, які випускаються різними виробниками [6]. Водночас, П. Доль, уточнюючи визначення бренду, підкреслює, що успішний бренд є не що інше, як сукупність продукту, щоб задовольнити функціональні потреби споживачів, та додаткової цінності, яка привноситься власне самим ім'ям продукту і дає споживачу відчуття переваги над конкуруючими продуктами [7].

Окремої уваги заслуговує позиція Девіда Огілві, засновника компанії Ogilvy & Mather, який наголошує, що бренд – невідчутна сукупність властивостей продукту, а саме його імені, упаковки і ціни, його історії, репутації і способу рекламування. Бренд також є поєднанням вражень, які він створює для споживачів, і результатом їх досвіду у використанні бренду [8, с. 14]. Водночас, приєднуючись до позиції Девіда Огілві, А. Кромптон зазначає, щоб створити вдалий бренд, необхідно знати про товар і його виробника якомога більше – факти про цей товар та суміжні галузі (наприклад, створюючи бренд для клею, потрібно ознайомитися з органічною хімією), історію розвитку цього товару і підприємства-виробника, приклади використання – все те, що так чи інакше пов'язано з товаром [9]. При формуванні ідеї бренду необхідно якомога чіткіше уявити собі цільову аудиторію, причому не абстрактно, а на конкретних прикладах [10]. Згідно із позицією О.В. Мороза та О.В. Пашенко, вищенаведені визначення бренду об'єднує така принципова характеристика, як спроба описати сферу почуттів і споживчих переваг [5, с. 8].

Енциклопедичний словник термінів сучасної ринкової економіки визначає бренд як [11] – в додатку до корпорації, фірми чи продуктів їх діяльності – висока економічна цінність споживацького іміджу підприємства. В цьому значенні брендинг ідентичний визначенню торгової марки підприємства (фірми, корпорації). Це важлива і довгострокова характеристика підприємницької діяльності, особливий нематеріальний актив. Володіння брендом дозволяє фірмі (при вмілому менеджменті) постійно збільшувати доходи. Як і інші активи, його можна продавати, купувати, «здавати в оренду» тощо. У сучасній ринковій практиці можна виявити немало прикладів угод з приводу купівлі компаній, коли покупець платить безпосередньо за бренд. І це виправдовується подальшими доходами. За позицією Л.В. Забуранна [10, с. 70] найбільш точно визначення пропонує Дистанційний інститут маркетингу (Велика Британія): бренд – це комплекс фізичних атрибутів продукції або послуги та переконань й очікувань щодо нього, які в сукупності сприймаються у свідомості споживача як цілісний образ товарного бренду [12].

Варто зауважити, що Кузькіна Т.В. визначає бренд як цінності і філософію торгової марки, які існують у споживача, його суть не зводиться до картинки, знаку чи зображення [13, с. 27]. Бренд не можна створити виключно завдяки праці дизайнера, адже це враження, яке залишається у свідомості споживача (такий погляд економістів-маркетологів на обсяг цього поняття). Достатньо повно сутність бренду розкриває наступне визначення: бренд – це матеріалізований символ відносин між продавцем і покупцем, що базуються на певній торговельній марці, фірмовому найменуванні, стилі, слогані, оформлених у вигляді певного візуального продукту за законами прегнантності, чітко сприйнятою покупцями сукупності функціональних та емоційних елементів, єдиних з самим товаром та способами його представлення [14]. В той же час Девіс визначає бренд як «нематеріальний, але

разом з тим надзвичайно важливий компонент діяльності компанії, те, що вона собою символізує», ототожнює поняття «бренд» і «актив торгової марки» [15]. Відповідно Д. Хену, бренд – це процес впізнання і особиста прихильність, яка формується в серцях і розумі споживачів та інших ключових аудиторій через накопичуваний ними досвід взаємодії з брендом при кожному контакті [16]. В контексті попередніх визначень О.Б. Гевко, О.В. Кендюхов, П. Дойль наголошують на тому, що бренд – сильна торгова марка, що виступає одночасно як засіб ідентифікації, комунікації, а у випадку формування кола прихильників і як засіб створення додаткової вартості – марочний капітал [17–19].

Узагальнюючи існуючу багатовекторність трактувань категорії «бренд», Л. Чернатоні і Д.О. Рілей виділили 12 основних напрямків до визначення бренду: правовий інструмент; логотип; компанія; стенограма ментальних зв'язків; фактор, що зменшує ризик; система ідентичності (включаючи справжність та своєрідність); образ в умах споживачів; система цінностей; особа; відносини; додана цінність; сутність, що розвивається [20].

При розкритті сутності бренду варто також звернути увагу на його структуру. Відтак Т.В. Кузькіна наголошує, що бренд – поняття досить широке і його структура, включає наступні елементи: 1) сутність бренду (brand essence) – основна характеристика бренду, легенда; 2) атрибути бренду (brand attributes/ brand identify) – набір асоціацій (звукових, візуальних, емоційних), позитивних чи негативних. Це довготривалі асоціації, які складають індивідуальність бренду і надаються бренду споживачами чи потенційними клієнтами; 3) образ бренду (brand image) – це миттєва характеристика, тобто асоціації, які знаходяться в даний момент у розумі споживача. Якщо імідж бренду формується і змінюється за допомогою рекламної компанії, то індивідуальність бренду залишається незмінною тривалий час. Бренд – продукт масовий, незалежно від того, подобається він споживачам чи ні; бренд передбачає високий рівень відомості та запам'ятовування асоціацій; 4) товар чи послуга з їх характеристиками; 5) інформація про споживача; 6) ставлення споживача до товару [13, с. 27]. Проте Ю. Кузнєцова узагальнює розкриває такі основні складові бренду – ім'я (англ. *brand name*), тобто словесна назва товару; образ (англ. *brand image*), тобто враження споживачів про товар, очікування і асоціації, та суспільне визнання і висока вартість [21].

Висновки

Підсумовуючи викладене та на підставі аналізу теоретичних розробок, вважаємо, що сучасне трактування бренду узагальнює три напрямки визначення, а саме унікальна додана цінність об'єкта (товару, підприємства, території), система ідентичності (включаючи справжність і своєрідність) та сукупність вражень у споживачів як цілісного образу бренду. Така позиція, на наш погляд, більш комплексно та всеохоплююче розкриває сутність бренду з огляду на масштабність досліджуваної категорії. Відносно складових бренду, то вважаємо, що найбільш вдалою є позиція Ю. Кузнєцової, із поширенням окреслених складових на будь-який об'єкт, а не лише на товар. Доцільно відзначити, що поширення терміну бренд в авторському трактуванні не лише на товари та послуги, обумовлено тим, що межі брендингу значно збільшуються до використання його основних положень у контексті місця (території), нації або країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аакер Д.А. Создание сильных брендов / Д.А. Аакер. – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2003. – 340 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг. – 2-е европ. Изд. – М., СПб., К.: Изд. дом «Вильямс», 2006. – 944 с.
3. Котова Н.О. Територіальний маркетинг, територіальний брендинг: визначення сутності та особливості / Н.О. Котова // Державне будівництво. – 2010. – №1. – С. 55–66.
4. Келлер К.Л. Стратегический брэнд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом / К.Л. Келлер. – 2-е изд. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2005. – 704 с.
5. Мороз О.В. Теорія сучасного брендингу : монографія / О.В. Мороз, О.В. Пашенко. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2003. – 104 с.
6. Саркисов С.Э. Менеджмент: Словарь-справочник / С.Э. Саркисов. – М.: Анкил, 2005. – 808 с.
7. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика / П. Дойль. – СПб.: Питер, 1999. – 315 с.
8. Огилви Д. Огилви о рекламе / Д. Огилви. – М.: Эксмо, 2007. – 232 с.
9. Кромптон А. Мастерская рекламного текста / А. Кромптон. – М.: Довгань, 1998. – 243 с.
10. Забуранна Л.В. Формування брендингових стратегій на вітчизняному туристичному ринку / Л.В. Забуранна, В.Г. Крамаренко // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – №2. – С. 68–76.

11. Энциклопедический словарь. Современная рыночная экономика. Государственное регулирование экономических процессов / Общ. ред. д.э.н., проф. Кушлин В.И., д.э.н., проф., член-корр. РАН В.П. Чичканов. – М.: РАГС, 2004. – 744 с.
12. The Chartered Institute of Marketing [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.cim.co.uk.
13. Кузькіна Т.В. Питання теорії і практики брендингу торгової марки в Україні / Т.В. Кузькіна // Економіка АПК. – 2010. – №4. – С. 26–29.
14. Мороз О.В. Брендингові основи розвитку сільських територій / О.В. Мороз, Н.П. Карачина, Т.В. Вакар // Економічний простір: Збірник наукових праць. - №102. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2015. – С. 71-83.
15. Дэвис С. Бренд-билдинг / С. Дэвис, М. Данн; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2005. – 320 с.
16. Hahn D. Building a Strong Brand: The ID BrandingFramework [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.allaboutbranding.com>
17. Гевко О.Б. Класифікація стратегій брендингової діяльності / О.Б. Гевко // Галицький економічний вісник. – 2007. – №4 (15). – С. 51–61.
18. Кендюхов О.В. Стратегічний підхід до оцінки ефективності управління торговими марками / О.В. Кендюхов, С.М. Димитрова // Економіка України. – 2006. – №8. – С. 81–85.
19. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость / П. Дойль; пер. с англ. – СПб., 2001. – 480 с.
20. De Chernatony L. Defining a «brand»: beyond the literature with experts' interpretations / L. de Chernatony, D. Riley // Journal of Marketing Management. – 1998. – №14. – С. 417–444.
21. Кузнецова Ю. Брендинг как эффективный метод продвижения товаров на потребительском рынке / Ю. Кузнецова // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – №8. – С. 73–79.

Наталія Петрівна Карачина – доктор економічних наук, професор, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: karachyna.n@gmail.com

Karachyna Natalija P. – Dr. Sc. (Economic), Professor, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: karachyna.n@gmail.com

ПОВЕДІНКОВО - ВЕКТОРНА ВЗАЄМОДІЯ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація.

Представлено поведінково - векторну взаємодію суб'єктів ринку

Ключові слова: конкуренція, статична та динамічна модель конкуренції, поведінковий та структурний підхід.

Abstract.

There had been presented behavioral and vector interaction subjects on the market.

Keywords: competition, static and dynamic model of competition, behavioral and structural approaches.

Вступ.

Якщо переглянути наукові дослідження основних економічних течій (шкіл), то вони прямо чи опосередковано досліджували питання конкуренції, ринку та необхідності державного регулювання або саморегулювання ринку. Після ретроспективного та ґносеологічного аналізу виникає ряд питань та помітних прогалин в теорії конкуренції. Відмітимо, що детального та систематизованого аналізу та викладення теорії конкуренції не надано. І досі вчені не дійшли єдиного висновку стосовно межі державного регулювання. Стосовно ж теорії конкуренції, то до прогалин можна віднести наступне: стадії взаємодії суб'єктів ринку, етапи розвитку ринку, визначення кореляції етапів розвитку ринку та стадій протікання конкуренції, оцінка конкуренції на ринку з врахування поведінкового підходу. Крім даних прогалин можемо відмітити неточності в трактуванні поняття конкуренції, невірної імплементації в дослідженнях.

Результати дослідження

Оскільки конкуренція знаходиться на стику декількох наук, тому вважаємо зв необхідним при дослідженні конкуренції розгляд її з точки зору психології, соціології, екології (біології). На даний момент все більше набуває актуальності моделювання економічних явищ як соціо-екологічних.

Тому виникли передумови дослідження:

- Ототожнення недосконалого ринку та ринку з недосконалим типом конкуренції.
- Побудова усіх ринкових теорій на порівнянні з конкуренцією досконалого типу.
- Розгляд конкуренції лише як антагоністичної боротьби.
- Сприйняття сучасного трактування монополії як єдиного виробника продукції, в кількісному значенні.
- Кількісне визначення недосконалої конкуренції на основі структурного підходу.

З економічної точки зору, конкуренція розглядається в 3 основних аспектах [1]:

- Як ступінь змагальності на ринку. Перший визначає конкуренцію як змагальність на ринку. Такий підхід характерний для вітчизняної літератури.

- Як саморегулюючий елемент ринкового механізму. Другий підхід розглядає конкуренцію як елемент ринкового механізму, який дозволяє врівноважити попит і пропозицію. Цей підхід характерний для класичної економічної теорії.

- Як критерій, за яким визначається тип галузевого ринку. Третій підхід визначає конкуренцію як критерій, за яким визначається тип галузевого ринку. Цей підхід ґрунтується на сучасній теорії морфології ринку.

Зробимо поправку на те, що в сучасному розумінні за першого підходу необхідно розглядати конкуренцію не лише як процес *змагальності* на ринку, але й процесом *взаємодії*, тому вірніше буде відображено як процес взаємодії.

Першим етапом дослідження вважаємо за необхідним розкриття поняття взаємодія як філософську категорію, та види взаємодії.

Відмітимо, що з точки зору психології чітко окреслені види взаємодії індивідів між собою та їх перехідні стадії, при цьому в економічних працях розглядається окремо конкуренція як основна складова ринкової системи, і окремим елементом співпраця.

Взаємодія - філософська категорія, що відображає процеси впливу об'єктів (суб'єктів) один на одного, їх взаємну обумовленість і породження одним об'єктом іншого.

Взаємодія - об'єктивна і універсальна форма руху, розвитку, яка визначає існування і структурну організацію будь-якої матеріальної системи [2].

Найбільш поширеним є дихотомічний поділ усіх можливих видів взаємодій на два протилежні види: кооперація і конкуренція. Різні автори позначають ці два основних види різними термінами. Крім кооперації і конкуренції, говорять про згоду і конфлікті, пристосуванні і опозиції, асоціації та дисоціації і т.д. За всіма цими поняттями ясно видно принцип виділення різних видів взаємодії. У першому випадку аналізуються такі його прояви, які сприяють організації спільної діяльності, є «позитивними» з цієї точки зору. До другої групи потрапляють взаємодії, так чи інакше «розхитують» спільну діяльність, що представляють собою певного роду перешкоди для неї.

Відповідно перерахованим мотивів можна визначити провідні стратегії поведінки у взаємодії:

- Співпраця спрямована на повне задоволення учасниками взаємодії своїх потреб без обмеження інтересів іншої (реалізуються мотиви кооперації, або конкуренції);

- Суперництво (протидія) - передбачає орієнтацію виключно на свої цілі без урахування цілей партнерів по спілкуванню (індивідуалізм);

- Компроміс - реалізується в приватному досягненні цілей партнерів заради умовного рівності;

- Поступливість (пристосування) передбачає жертву власних цілей для досягнення цілей партнера (альтруїзм);

- Уникнення-являє собою відхід від контакту, втрату власних цілей для виключення виграшу іншого. Перераховані стратегії особливо яскраво проявляються в ситуації конфлікту [3].

Другим етапом дослідження вважаємо за необхідним розкриття конфлікту.

У процесі визрівання конфлікту можна виділити 4 стадії:

1. Приховану стадію. Вона охоплює всі аспекти життєвих умов: соціальний, політичний, економічний, моральний, інтелектуальний. Головна її причина - прагнення людей до поліпшення свого статусу і переваги;

2. Стадію напруженості, ступінь якої залежить від позиції протиборчої сторони, що має велику силу, перевагу. 3. Стадію антагонізму, яка проявляється як наслідок високої напруженості;

4. Стадію несумісності, що є наслідком високої напруженості. Це власне і є конфлікт [4].

Автор вважає, що наявність конкуренції на ринку призводить до розвитку до розвитку ринку, але в залежності від стадії взаємодії суб'єктів на ринку. Вважаємо, що саме конкретний стан конкуренції відповідає стадії розвитку ринку.

Тому, було виділено три основні стани конкуренції: антагоністична боротьба, змагальність, кооперація (конкуренція+співпраця).

Таблиця 1

Матриця стадій взаємодії суб'єктів на ринку та етапів розвитку ринку

Стадії взаємодії суб'єктів	Антагоністична боротьба (змагальність)	«боротьба за виживання»	Конкуренція+співпраця кооперації
Стагнація	Руйнування, боротьба за виживання на ринку.	Намагання кожного відособленого суб'єкта зайняти кращу позицію на ринку, змагання за ресурси, покупців.	Об'єднання конкурентних сил та намагання задля здобуття спільного результату.
Старі позиції	Приносить негативні зміни кожному із суб'єктів	В результаті не приносить ні позитивних, ні негативних змін.	Максимізуються конкурентні можливості, та приносять максимальний й результат взаємодії.

	конкурентних перегонів.		
Розвиток	Ринок знаходиться в стані спаду.	На ринку не відбувається жодних змін, ні позитивних так і негативних.	Досягнення нових результатів ринку: НТП, інноваційні рішення, соціо, еколого покращення.

Третій етап розкриття стадії *конкуператії*. Конкуператія (від «кооперація» і «конкуренція»; іноді також відома як конкурентна співпраця або співконкуренція) — неологізм описує співпрацю конкурентів, включаючи співробітництво в районах, де ваша думка не має переваги в конкурентноздатні, і може бути тільки варіантом для споживача. В англійській мові вживається термін *coopetition* — від *cooperation* + *competition*.

Конкуператія — це поєднання кооперації та конкуренції. Компанії економлять на основі співробітництва і розподілу витрат, затримуючи конкурентів в інших областях.

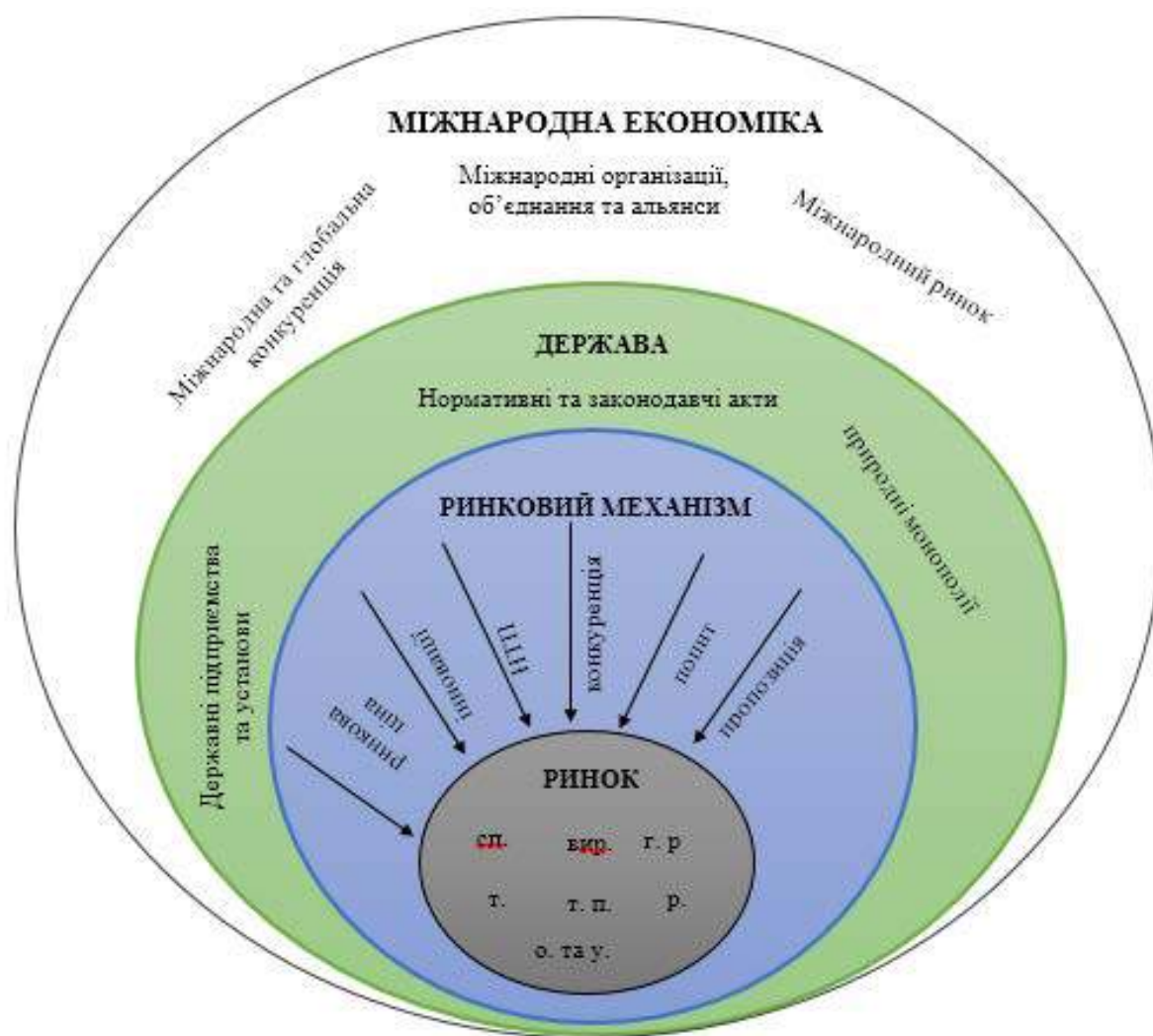


Рис. 1 Функціонування ринкового механізму за умов державного та глобалізованого впливу, де основні складові ринку: сп. – споживачі, вир. – виробники, г.р. – грошові ресурси, т. – товар, т.п. – трудовий потенціал, о. та у. – обладнання та устаткування

Сценарій розвитку поведінки підприємств на ринку на основі аналітичного моделювання напрямку конкурентної взаємодії суб'єктів ринку за допомогою векторного моделювання:

Взаємодія – співставлення конкурентних можливостей підприємств, що в подальшому призведе максимального результату.

Протидія – використання всіх ресурсів конкурентної боротьби на завдання збитків конкуренту, зіставлення зусиль конкурентів.

Напрямок руху вектор (модуль вектора) – конкурентна взаємодія підприємств.

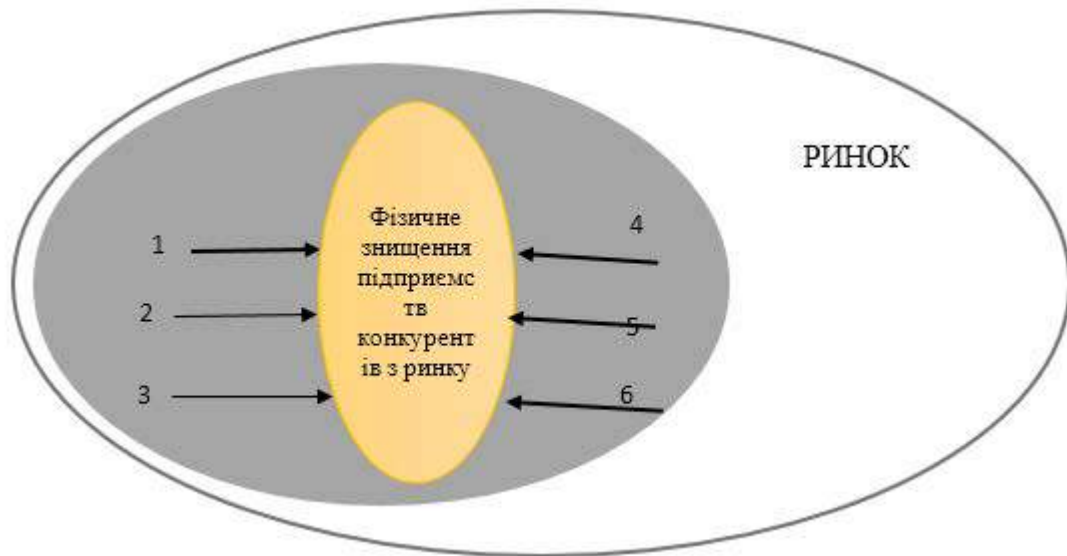


Рис. 2 Вектори напрямку руху конкурентної боротьби підприємств на ринку, де 1 – 6 підприємства на ринку

Антагоністична боротьба конкурентів, боротьба до взаємознищення, відповідно до біологічного підходу.

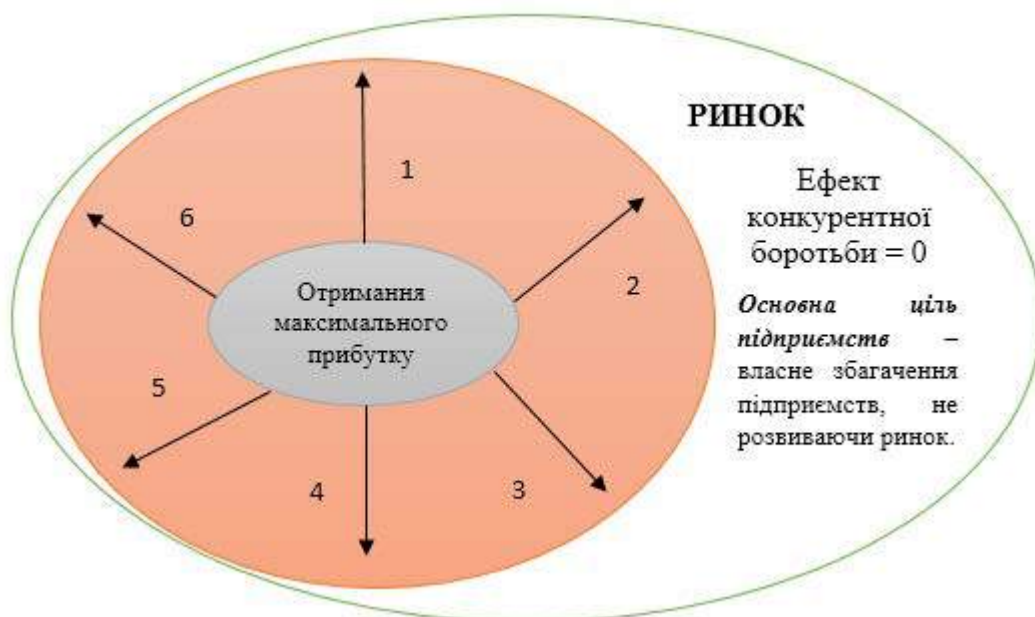


Рис. 3 Вектори напрямку руху конкурентної боротьби підприємств на ринку, де 1 – 6 підприємства на ринку



Рис. 4 Вектори напрямку руху конкурентної боротьби підприємств на ринку, де 1 – 6 підприємства на ринку

Напрямок руху векторів вказує на їх єдину ціль, саме при цьому стані можливо досягнути максимального ефекту для ринку, що в подальшому призведе до добробуту для підприємств. Якщо спроектувати їх напрямки руху, він буде відображатися наступним чином:

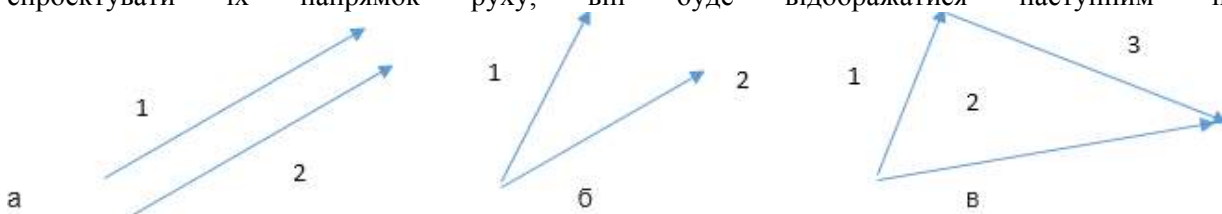


Рис. 5 Вектори напрямку руху конкурентної боротьби підприємств на ринку, де 1 – 2 підприємства на ринку, 3 - співпраця

При такій ситуації модулі векторів додаються, що й дорівнює їхній спільній співпраці, при цьому в два рази збільшуючи їх спільні зусилля (в). В (а) і (б) показано спільний напрямок руху двох компаній.

Висновки. Запропоноване моделювання поведінки суб'єктів ринку дозволяє наблизити вітчизняне трактування теорії конкуренції до ретроспективного західного наукового бачення теорії конкуренції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Интернет-проект «Энциклопедия маркетинга» [Электронный ресурс] Информационное обеспечение управления конкурентоспособностью С.Г.Светунькова // Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/read/m19/index.htm>
2. Википедия [Электронный ресурс] Взаимодействие // Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Взаимодействие>
3. Морозов В.А. Взаимодействие: понятие, виды и свойства // Креативная экономика. — 2015. — Том 9. — № 10. — с. 1309-1318.
4. Психология [Электронный ресурс] Стадии конфликта // Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/psihologiya/stadii-konflikta.html>

Філатова Любов Сергіївна – асистент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця. filatovalyba@gmail.com

Filatova Lyubov - Assistant with the Department of Management, Marketing and Economics, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia. filatovalyba@gmail.com

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

Систематизовано підходи до визначення сутності поняття «фінансових результатів» підприємства. Визначено фінансові результати як різницю між сумами доходів та відповідних їм витрат, виражених у абсолютних показниках прибутку(збитку).

Ключові слова : фінансовий результат, прибуток, збиток.

Abstract

Going is systematized near determination of essence of concept «financial results» enterprises. Certainly financial results as difference between the sums of profits and proper them charges, shown in the absolute indexes of income(to the loss).

Keywords: financial result, profit, loss.

Вступ

У наш час прибуток основною метою підприємства, беззаперечним є той факт, що чим прибуток вищий, тим більше підприємство має можливостей для реалізації своїх програм, оновлення матеріальної бази та збільшення власного капіталу. Це забезпечить стабільність підприємства та є гарантією його фінансової незалежності. Але питання економічної сутності фінансових результатів залишається розкритим не повністю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання економічного змісту фінансових результатів знайшли своє відображення у працях багатьох вчених, зокрема Соколов Я.В.[1], Бутинця Ф.Ф. [2], Вороніної О.О.[3], Загороднього А.Г.[4], Лугового В.А.[5], Кондракова Н.П. [6], Мочерного С.В. [7], Пипко В.А. [8], Пушкар М.С. [9], Білик М.Д.[10] та інших. Це підтверджує актуальність питань формування доходів і витрат для визначення кінцевого фінансового результату для забезпечення стабільності діяльності підприємства.

Метою роботи є систематизація підходів до визначення економічної сутності фінансових результатів.

Результати дослідження

Одним із ключових об'єктів наукових досліджень в сфері економічної теорії є фінансові результати, які є універсальною категорією показника ефективності діяльності. Категорія «фінансові результати» враховує обидві сторони двоєдиного завдання: скільки отримано і якою ціною.

Вивчення нормативно-правової бази України, дає змогу зазначити, що в законодавстві не розглядається сутність саме поняття «фінансові результати». Зокрема, в П(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» обґрунтовано лише сутність дефініцій «прибуток» та «збиток». Саме це і спричиняє розмитість у визначенні сутності, ролі та значення фінансових результатів

Згідно П(С)БО 1, прибуток – це сума, на яку доходи перевищують пов’язані з ними витрати. А збитки – перевищення суми витрат над сумою доходів, для отримання яких здійсненні ці витрати [11].

Поняття «фінансовий результат» і «прибуток» не зовсім тотожні, оскільки фінансовий результат ширший за своїм змістом, ніж прибуток. Фінансовий результат відображає всю господарську діяльність підприємства, характеризує кількісні і якісні показники результативності діяльності підприємства, тоді як прибуток (збиток) є підсумок цієї діяльності, оскільки результат може бути як позитивним, так і негативним.

Таблиця 1 – Наукові підходи щодо визначення сутності поняття «фінансовий результат»

Автор	Фінансовий результат - це
Мочерний С.В. [7]	грошова форма підсумків господарської діяльності організацій або їхніх підрозділів, виражена в прибутках або збитках
Вороніна О.О. [3]	якісна характеристика фінансово-господарської діяльності, яка в цілому характеризує результат економічних відносин підприємства
Пипко В.А. [8]	результат господарської діяльності, виражений в грошовій формі
Пушкар М.С. [9]	прибуток чи збиток, отримані в результаті господарської діяльності
Луговий В.А. [5]	балансовий прибуток (або збиток) підприємства, який складається із доходу (витрат) від реалізації готової продукції (робіт, послуг), доходу (витрат) від інших реалізацій і сум позареалізаційних доходів (витрат)
Бутинець Ф.Ф. [2]	прибуток (збиток) від реалізації готової продукції (робіт, послуг)
Соколов Я.В. [1]	приріст (зменшення) капіталу (засобів, вкладених власниками) підприємства протягом звітного періоду
Кондракова Н.П. [6]	відображає зміну власного капіталу за визначений період в результаті виробничо-фінансової діяльності підприємства
Загородній А.Г. [4]	приріст чи зменшення вартості власного капіталу підприємства внаслідок діяльності у звітному періоді

Проведений аналіз наукових праць, дозволяє зробити висновок, що поняття «фінансовий результат», як видно з таблиці 1, науковці трактують по-різному, проте вкладають однаковий зміст у своє трактування.

Сучасна міжнародна практика бухгалтерського обліку в основному виокремлює три головні підходи до трактування змісту фінансових результатів діяльності підприємства:

- перший, згідно якого різниця між вартістю чистих активів підприємства протягом звітного періоду становить фінансовий результат. При цьому чисті активи підприємства дорівнюють різниці між загальною вартістю майна підприємства та загальною сумою його заборгованостей і додаткових внесків власників;
- другий, згідно якого фінансовий результат діяльності підприємства дорівнює різниці між величинами його доходів і витрат діяльності протягом звітного періоду;
- третій, згідно якого показник фінансового результату визначається шляхом порівняння величини власного капіталу на початок звітного періоду та на кінець звітного періоду.

Найбільшого поширення в міжнародній практиці набув другий підхід, відповідно до якого фінансовий результат трактується як різниця між доходами та витратами діяльності підприємства, із врахуванням коригувань на суму зміни залишків запасів та незавершеного виробництва за звітний період. Дана тенденція є характерною і для української системи бухгалтерського обліку.

Висновки

Отже, розкрито економічну сутність фінансових результатів в сучасних умовах. Узагальнюючи всі розглянуті визначення, слід зазначити, що фінансовий результат – це результат діяльності суб’єктів

господарювання, що визначається як різниця між сумами доходів та відповідних їм витрат, виражена у абсолютних показниках прибутку (збитку).

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Соколов Я. В. Основи теорії бухгалтерського обліку [Текст] / Я.В. Соколов. – М: Фінанси і статистика, 2000. – 496 с.
2. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський облік [Текст] / Ф.Ф. Бутинець, Л. В. Чижевська, С. Л. Береза. – Житомир: ЖІТІ, 2000. – 672 с.
3. . Вороніна О.О. Управління фінансовим результатом промислового підприємства [Текст] : автореферат : спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами / О.О. Вороніна; Харківський нац. економічний ун-т. – Харків, 2009. – 25 с.
4. Загородній А.Г. Облік і аудит: Термін. словник [Текст]/Загородній А.Г., Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ, Серія: Економічні науки, №4/2013 360 Вознюк Г.Л., Партин Г.О. – Львів: «Центр Європи», 2002. – 671 с.
5. Луговий В.А. Облік капіталу, позичок і фінансових результатів [Текст]/ В.А. Луговий. – М.: АТ "ІНКОНСАУДІТ", 1995. – 128 с.
6. Кондраков Н. П. Бухгалтерський облік [Текст]: Навчальний посібник / Н. П. Кондраков. – [4-е вид., доп.]. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 640 с.
7. Мочерний С.В. Політична економія: навч.посіб. / Мочерний С.В. – К.: Знання–Прес, 2002. – 687 с.
8. Пипко В. А. Настільна книга бухгалтера та аудитора [Текст] / В.А. Пипко, Л.Н. Булавина. – [5-е вид., доповнене]. – М.: Фінанси і статистика, 2011. – 592 с.
9. Пушкар М. С. Фінансовий облік [Текст] : Підручник / М. С. Пушкар. – Тернопіль: Карт-бланш, 2002. – 628 с.
10. Білик М.Д. Фінансові результати діяльності малих підприємств: оцінка та прогнозування [Текст] : монографія / М.Д. Білик, Т.О. Білик; Міністерство освіти і науки України, Київський нац. університет технологій та дизайну. – К: КНУТД, 2012. – 280 с.
11. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджено наказом Міністерства фінансів України від 7 лютого 2013 р. № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>

Сторчак Аліна Олександрівна – студентка групи Моф-13, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail : alina22345@rambler.ru.

Науковий керівник : **Фурик Василь Григорович** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, 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 and Innovation Management , Vinnitsa National Technical University. Vinnitsa

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто питання ефективності управління оборотними активами підприємств, зокрема методичні підходи управління фінансуванням оборотними активами.

Ключові слова: оборотні активи, управління, фінансування оборотних активів, ефективність управління оборотними активами.

Abstract

The question of effective management of current assets of enterprises, including methodological approaches administer the financing of current assets.

Keywords: current assets, management, financing current assets, current assets management efficiency.

Вступ

Ефективність управління оборотними активами впливає на безперервний процес реалізації та виготовлення продукції, платоспроможність, конкурентоспроможність, ліквідність та фінансову стійкість підприємства. Тому вітчизняна економіка в сучасних умовах господарювання вимагає нових підходів до управління оборотними активами.

Поняття управління оборотними активами висвітлено у працях провідних вітчизняних економістів, таких як Н.А. Русак [1], О.С.Філімоненков [2], Р.А. Слав'юк [3], В.В.Ковальов [4], Г.В. Нашкерська [5], І. О. Бланк [6], Т. А.Демченко [7], М. В. Володькіна [8], М. Д. Білик [9] та інші.

Метою роботи є узагальнення підходів до оцінки ефективності управління оборотними активами підприємств.

Результати дослідження

Ефективність діяльності підприємства безпосередньо залежить від обсягу, структури та джерел фінансування оборотних активів. Забезпечення оптимального обсягу оборотних активів і його частки у структурі активів підприємства є актуальною проблемою для всіх підприємств. Адже через управління оборотним капіталом можна впливати на ліквідність і платоспроможність підприємства, дохідність і ризики, що з ними пов'язані. Дослідження та оцінка результатів господарської діяльності вітчизняних підприємств засвідчили неефективність управлінських рішень у галузі менеджменту оборотних активів підприємства.

Традиційно управління оборотними активами проводиться за двома плановими напрямками:

- формування необхідного рівня окремих видів оборотних активів і визначення їх суми в цілому;
- формування структури джерел фінансування цих активів.

Кожен з цих етапів на підприємстві передбачає обґрунтування прийнятих обсягів оборотних активів, кожної їхньої складової та найраціональнішої стратегії їх фінансування. Управління фінансуванням оборотних активів підприємства підпорядковане цілям забезпечення необхідної потреби в них відповідними фінансовими засобами й оптимізації структури джерел формування цих засобів. Фінансування оборотних активів це частина загальної системи управління його оборотними активами, що полягає в оптимізації обсягу й складу фінансових джерел їх формування з позицій забезпечення ефективного використання власного капіталу та достатньої фінансової стійкості підприємства.

В економічній літературі виділяються в основному чотири підходи до фінансування оборотних активів: ідеальний, агресивний, консервативний, компромісний. Характеристика підходів до фінансування оборотних активів наведено в табл. 1.

Таблиця 1 – Характеристика підходів до фінансування оборотних активів (сформовано за даними [10])

		Сутність	Ступінь ризикованості	Вплив на обсяги оборотних активів	Практичне застосування
1	2	3	4	5	6
Підходи до фінансування оборотних активів	Ідеальний	1.Довгострокові зобов'язання є джерелами покриття необоротних активів. 2.Оборотні активи дорівнюють поточним зобов'язанням. 3.Чисті оборотні активи дорівнюють нулю.	Найбільш ризикована з позиції ліквідності	Характеризується постійними обсягами запасів, грошових коштів, поточних фінансових інвестицій, дебіторської заборгованості	На практиці майже нема
	Агресивний	1.Довгострокові зобов'язання є джерелами покриття необоротних активів та постійної частини оборотних активів. 2.Чисті оборотні активи дорівнюють постійній частині оборотних активів	Досить ризикована з позиції ліквідності та має високий ризик порушення безперервності виробництва	Характеризується створенням лише мінімально необхідних обсягів запасів, грошових коштів, проведенням жорсткої кредитної політики, а тому призводить до фінансових витрат через зниження обсягів реалізації	Рідко
	Консервативний	1.Довгострокові зобов'язання є джерелами покриття необоротних та оборотних активів. 2.Чисті оборотні активи дорівнюють оборотним активам.	Відсутній ризик втрати ліквідності та майже не має ризику порушення безперервності виробництва	Характеризується створенням значних резервів запасів, грошових коштів, проведенням ліберальної кредитної політики, а тому знижує ефективність використання оборотних активів	Носить штучний характер
	Компромісний	1.Довгострокові зобов'язання є джерелами покриття необоротних активів, постійної частини оборотних активів та приблизно половини змінної частини оборотних активів. 2.Чисті оборотні активи дорівнюють сумі постійної частини оборотних активів та половині змінної частини оборотних активів.	Низький рівень втрати ліквідності та має низький ризик порушення безперервності виробництва	Характеризується тим, що в окремі періоди підприємство може мати надлишкові обсяги запасів, грошових коштів.	Часто

Проаналізувавши дану характеристику підходів до фінансування оборотних активів найбільш поширеним способом фінансування оборотних активів є кредиторська заборгованість. В більшості випадків сучасна ринкова логіка визначення необхідності в оборотних активах має наступний вигляд: спочатку визначається необхідність в валовому оборотному капіталі для підтримки ділової активності в планових обсягах, потім оцінюються можливості використання в обороті підприємства кредиторської заборгованості та інших залучених коштів.

Висновки

Доведено, що процес управління оборотними активами є однією з найважливіших складових ефективного функціонування підприємства. У зв'язку із цим, велике значення набувають методичні підходи до управління фінансуванням оборотними активами, що мають свій особливий вплив на основні складові оборотних активів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Русак Н. А. Финансовый анализ субъекта хозяйствования: справ. пособие / Н. А. Русак – Мн.: Вышш. шк., 1997. – 309 с.
2. Філімоненков О. С. Фінанси підприємств: навч. посіб. / О.С. Філімоненков. – К.: МАУП, 2004. – 328 с.
3. Слав'юк Р. А. Фінанси підприємств: навчальний посібник / Р. А. Слав'юк. – Луцьк: Ред.-вид. відд. “Вежа” Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки, 2001. – 460с.
4. Ковалев В. В. Курс финансового менеджмента / В. В. Ковалев. – М.: ТК Велби, Проспект, 2008. – 448 с.
5. Нашкерська Г. В. Фінансовий облік: навч. посіб. / Г. В. Нашкерська. – К.: Кондор, 2005. – 503с.
6. Бланк И. А. Финансовый менеджмент: учебный курс / И. А. Бланк. – К.: Ника – Центр, 2001. – 528 с.
7. Демченко Т. А. Оборотні активи та їх відображення в бухгалтерському обліку і фінансовій звітності. Актуальні проблеми економіки / Т. А. Демченко. – 2007. – №9. – 227 с.
8. Володькіна М. В. Економіка промислового підприємства: навчальний посібник / М. В. Володькіна. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 196 с.
9. Білик М. Д. Управління фінансами державних підприємств / М. Д. Білик. – К. : Знання, 1999. – 312 с.
10. Бодаренко О. С. Методологічні основи управління оборотними активами підприємств / О. С. Бодаренко // Інвестиції практика та досвід. – 2008. – №4. – С. 40–44.

Заграй Віра Олександрівна – студентка групи Моф-13, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail :virazagrai@gmail.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@gmail.ru.

Supervisor: **Vasily G. Furyk**, Candidate of Economic Sciences, professor., Vinnitsa National Technical University. Vinnitsa.

КЛАСИФІКАЦІЯ ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

Проаналізовано наукові підходи до класифікації джерел фінансових ресурсів суб'єктів господарювання, представлені джерела формування фінансових ресурсів у вигляді таблиці.

Ключові слова: фінансові ресурси підприємства, класифікація фінансових ресурсів, джерела формування фінансових ресурсів.

Abstract

Scientific approaches to classification of sources of financial resources of subjects of managing are analysed, sources of financial resources in the form of table are presented.

Keywords: financial resources of enterprise, classification of financial resources, sources of financial resources.

Вступ

Пошук фінансових джерел функціонування та розвитку підприємства, забезпечення найефективнішого інвестування фінансових ресурсів набувають важливого значення в роботі фінансових служб підприємств, організацій, установ за умов ринкової трансформації національної економіки. Реформування економічної системи України зумовлює необхідність підвищення ефективності управління процесом формування та використання фінансових ресурсів суб'єктів господарювання як одного з найважливіших елементів в загальній системі управління підприємством.

Метою статті є дослідження наукових підходів до класифікації фінансових ресурсів суб'єктів господарювання.

Результати дослідження

Фінансовими ресурсами підприємства називають грошові кошти, що перебувають у розпорядженні підприємства на постійній або тимчасовій основі [5].

Класифікацію джерел формування фінансових ресурсів підприємств А.М. Поддєрьогін здійснює за таким основними ознаками: ресурси, що формуються під час заснування підприємств; формуються за рахунок власних і прирівняних до них коштів; мобілізуються на фінансовому ринку; ресурси, що надходять у порядку розподілу грошових надходжень [1].

Класифікацію фінансових ресурсів підприємств О.Р. Романенко пропонує здійснювати за двома основними критеріями: 1) залежно від джерел формування: створені за рахунок власних і прирівняних до власних грошових надходжень; мобілізовані на фінансовому ринку; ресурси, що надходять у порядку перерозподілу; 2) за правом власності: власні кошти підприємства; залучені кошти; позикові фінансові ресурси [2].

Поряд з основними класифікаційними ознаками фінансових ресурсів підприємств, В.М. Опарін також виділяє конкретні їх види, що перебувають у розпорядженні підприємств: прибуток, амортизаційні відрахування, оборотні кошти, бюджетні асигнування, надходження з цільових фондів, кредити [3].

На думку Л.О. Лігоненко, Н.М. Гуляєвої, Н.А. Гринюк та ін., фінансові ресурси підприємства можна розглядати як капітал, який в свою чергу може бути поділений: 1) за об'єктом інвестування: на основний, що спрямований на фінансування необоротних активів підприємства та оборотний, що формує сукупність оборотних активів підприємства; 2) за метою використання: виробничий капітал, який інвестований в активи підприємства для здійснення поточної (операційної) діяльності; фінансовий капітал, що використовується для інвестування в грошові інструменти (деPOSITNІ вклади) та боргові фондові інструменти (облігації, депозитні сертифікати); спекулятивний капітал, що

використовується під час здійснення спекулятивних, заснованих на різниці в цінах, фінансових операцій; 3) за належністю підприємству: власний капітал, який характеризує загальну вартість коштів підприємства, що належать йому на правах власності; позиковий капітал, тобто, кошти, що залучаються підприємством для фінансування діяльності на загальних умовах кредитування (строковості, повернення, платності, забезпеченості) [4].

Таким чином, на основі порівняльного аналізу теоретичних досліджень та узагальнення наукових підходів щодо класифікації фінансових ресурсів підприємств, можна надати систематизовану класифікацію фінансових ресурсів підприємства з погляду різноманітності джерел їх формування (рис. 1)



Рис. 1. Класифікація джерел формування фінансових ресурсів підприємства [3].

Висновки

Отже, фінансові ресурси підприємства за основними джерелами формування можна структурувати в такий спосіб: 1) ресурси, що формуються за рахунок внесків юридичних і фізичних осіб у статутний фонд під час заснування підприємства; 2) ресурси, що формуються за рахунок власних і прирівняних до них коштів (доходи і прибутки від операційної, інвестиційної, фінансової діяльності; амортизаційні відрахування; цільові надходження; стійкі пасиви у вигляді кредиторської заборгованості); 3) ресурси, що мобілізуються на фінансовому ринку від емісії акцій, облігацій та інших видів цінних паперів; кошти отримані у вигляді банківського і комерційного кредиту; 4) ресурси, що формуються за рахунок внесків і надходжень цільового характеру (від галузевих і

корпоративних структур; бюджетні інвестиції, державні дотації, державні субсидії; страхові відшкодування).

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств [Текст]: Підручник / Білик А.М., Буряк Л.Д. – К.: КНЕУ, 2004. – 546 с.
2. Романенко О.Р. Фінанси [Текст]: Підручник / Романенко О. Р. – К.: ЦНЛ, 2006. – 312 с.
3. Опарін В.М. Фінанси (Загальна теорія) [Текст]: Навчальний посібник / Опарін В.М. – 2-ге вид., доп. і перероб. – К.: КНЕУ, 2001. – 240 с.
4. Лігоненко Л.О. Фінанси підприємств [Текст]: Підручник / Гуляєва Н.М., Гринюк Н.А – К.: КНТЕУ, 2007. – 491 с.
5. Шелудько В.М. Фінансовий менеджмент: Підручник / В.М. Шелудько; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. — 2-ге вид., стер. — К.: Знання, 2013. — 375 с.

Столярчук Анастасія Валеріївна – студентка групи МОф-13б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail : nastya6958@gmail.com

Науковий керівник: **Міронова Юлія Володимирівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Anastasia V. Stoliarchuk – student MOF-13b, Faculty of Management and Information Security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail : nastya6958@gmail.com

Supervisor: Yulia V. Mironova – Candidate of Economic Sciences, docent Department of Finance and Innovation Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.

ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Запропоновано методику і модель розробки комплексного показника конкурентоспроможності. Доведено можливість застосування показників економічної діяльності, які не піддаються числовим вимірам.

Ключові слова: конкурентоспроможність, інтегральний показник, комплексна оцінка, фінансова діяльність, показники і методи визначення конкурентоспроможності.

Abstract

The methodology of determination and model of integrated enterprise competitiveness index is suggested in the paper.

Keywords: competitiveness, financial position, financial and economic indexes (indicators), scoring indexes, integrated index, rating scale.

Вступ

Конкурентоспроможність підприємства – це його здатність виробляти і продавати товари чи надавати послуги, ціна і якість яких не уступають, або ж є більш привабливішими для покупців, в порівнянні з іншими конкурентами [1].

Як засвідчує практика, конкурувати можуть підприємства однієї галузі тобто такі, що випускають ідентичні за своїм асортиментом товари-субститути.

Показники конкурентоспроможності підприємств визначаються системою численних факторів, що визначають відношення інвесторів, покупців, науково-технічних працівників, фінансистів та інших осіб до даного підприємства, характеризуючи кінцевий результат – зміну частки продукції на ринку [2].

Актуальність проблеми конкурентоспроможності визначається відсутністю в науковій літературі і практиці господарювання єдиного інтегрального, тобто комплексного показника, який би забезпечив визначення рівня конкурентоспроможності підприємства тієї чи іншої галузі.

Вперше проблеми конкурентоспроможності знайшли своє відображення в працях геніального ученого-професора Кембриджського університету математика і економіста – Альфреда Маршалла [3, 4]. У 1927 р. в рамках цього університету створено товариство А. Маршалла, куди увійшли геніальні учені і творці світової економічної думки Дж. М. Кейнс, Дж. Робінсон та ін. Ідеї і методики визначення конкурентоспроможності того часу стали відомими і в Україні.

Сучасний етап розвитку наукових досліджень в Україні характеризується появою численних наукових, методологічних і методичних розробок, в частині визначення суті, показників і методик її обчислення [5, 6].

Складнощі полягають в унікальності української економіки, в неординарності її політичної, економічної і соціальної ситуації, породженою спадщиною тоталітарного режиму.

Проблема підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств стає особливо актуальною у зв'язку із початком інтеграційних процесів національної економіки в європейський та світовий простір. Виникає цілий комплекс завдань, які належить вирішити, щоб забезпечити успіх, враховуючи той факт, що на сьогоднішній день незначна частина вітчизняних підприємств можуть конкурувати на європейському і світовому ринку [6].

Вихідні передумови та постановка задачі

У своїй статті автор виходить із того положення, що показники і методи оцінки рівня конкурентоспроможності визначаються певною дією факторів, які характеризують особливості виробничого процесу. Такі фактори реалізуються через певну систему відносин, що формуються на мікро- та макроекономічному рівнях.

Як показує огляд сучасної економічної літератури, до числа методів визначення конкурентоспроможності підприємства відносять наступні [1].

Метод, що побудований на основі теорії міжнародного поділу праці [7]. При цьому виявляють переваги тих підприємств, які забезпечують нижчі витрати на виробництво, ніж у конкурентів. В основу покладаються витрати підприємства на одиницю реалізованої продукції, рідше – на одиницю виробленої і підготовленої до продажу продукції.

До інших методів визначення конкурентоспроможності відносять:

- метод, що побудований на теорії ефективної конкуренції [2];
- побудовані на теорії рівноваги фірми і галузі [2, 3];
- функціональний метод [5];
- методи, що побудовані на співвідношенні двох категорій – якості і ціни;
- метод інтегральних оцінок [8] та ін.

Метод інтегральних оцінок, на думку автора, є найбільш прийнятним для умов сучасного господарювання, оскільки визначення рівня конкурентоспроможності за численними показниками без зведення їх до єдиного показника – надто трудомісткий процес. Слід врахувати і те, що ряд показників мають різноманітну направленість відносно позитивного результату. Застосування єдиного інтегрального показника, який би у своїй величині відобразив усю сукупність або ж найбільш вагомих груп показників, і таким чином, реальний рівень конкурентоспроможності – об'єктивна необхідність та вимога часу.

Хід і результати дослідження

Нижче наведемо методику і приклад розрахунку інтегрального показника на основі комплексної оцінки показників фінансової та економічної діяльності і який, на погляд автора статті, відобразить реальний рівень конкурентоспроможності підприємств, що конкурують на ринку однотипної продукції, що реалізується.

Усю сукупність низхідних показників поділимо на дві групи: показники, що піддаються числовим вимірам та якісних показників, тобто таких, які не піддаються числовим вимірам, але мають набути певних оцінок в порівнянні з аналогічними показниками інших підприємств. І перша, і друга групи показників мають бути стандартизовані, тобто приведеними до розгляду таких, що піддаються порівнянню.

Розрахунок почнемо із тих показників, що піддаються порівнянню і в найбільшій мірі визначають результати фінансової та економічної діяльності підприємства. Це, зокрема, показники: ліквідності, фінансової незалежності, фінансової стійкості, фінансової автономії, оборотності, рентабельності, оборотності дебіторської і кредиторської заборгованості та ін. Потім розрахуємо показники, що не піддаються прямому кількісному обчисленню (табл. 2).

Для розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності використаємо показники фінансово-господарської діяльності 3-х умовних підприємств однієї галузі, що відобразить процес визначення інтегрального показника.

Побудова моделі полягає у застосуванні певного алгоритму, який відображає зв'язок досліджуваного показника (y) і чинників ($x_1, x_2, \dots, x_n$), що визначають його величину за формулою:

$$Y = f(x_1, x_2, \dots, x_n) \quad 1)$$

Спочатку визначимо базу кількісних і якісних показників, які забезпечать отримання кінцевого показника.

Розрахунок здійснимо за першою і другою групами показників шляхом розбудови таблиць та використання фінансових коефіцієнтів, відмічених нами раніше.

У таблиці 1 здійснимо розрахунок стандартизованих показників трьох підприємств, прийнявши за основу їх нормативне і можливе фактичне значення.

Нормативні значення коефіцієнтів (І група показників) – відомі і широко застосовуються в аналітичній та практичній діяльності підприємств.

Таблиця 1 – Розрахунок показників фінансової та економічної діяльності підприємств

Коефіцієнт Оцінка	Нормативне значення коефіцієнтів	Фактичне значення коефіцієнтів			Коефіцієнт вагомості	Стандартизовані показники		
		P_1	P_2	P_3		P_1	P_2	P_3
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,2 і більше	0,31	0,2	0,27	5	1,55	1,0	1,35
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,5 і більше	0,53	0,55	0,58	15	7,95	8,25	8,7
Коефіцієнт загальної ліквідності	1 і більше	1,4	1,8	1,0	20	28,0	36,0	20,0
Коефіцієнт фінансової незалежності	1 і більше	0,8	1,1	1,0	15	12,0	16,5	15,0
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,6 і більше	0,5	0,75	0,6	15	7,5	11,25	9,0
Коефіцієнт фінансової автономії	0,2 і більше	0,2	0,23	0,31	5	1,0	1,15	1,55
Оборотність продукції	1 і більше	0,98	0,88	1,0	3	2,94	2,64	3,0
Рентабельність реалізованої продукції	0,2 і більше	0,13	0,18	0,11	8	1,04	1,44	0,88
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	1 – 2	1,5	2,2	1,7	11	16,5	24,2	18,7
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	1 – 2	1,1	0,8	2,4	3	3,3	2,4	7,2

Обрані для аналізу і наведені в табл. 1 коефіцієнти мають різносторонню направленість і в достатній мірі можуть відобразити результати фінансово-господарської та економічної діяльності підприємств. Нормативні значення коефіцієнтів вносяться в таблицю 1 (колонка 2). Фактичні значення – в колонки: 3 (підприємство 1), 4 (підприємство 2) і 5 (підприємство 3). Врахуємо і той факт, що кожен із отриманих показників в неоднаковій мірі впливає на кінцевий результат діяльності підприємства, а тому застосуємо коефіцієнт вагомості для кожного із них (колонка 6, табл. 1).

Для визначення показника вагомості із числа провідних економічних, фінансових та інженерно-технічних працівників підприємства, створюються групи експертів, які наділяють кожного із показників певною мірою впливу на кінцевий результат за формулою:

$$K_i = \frac{B_i}{\sum_{i=1}^n B_i} \quad (2)$$

K_i – значення коефіцієнта ваги кожного показника;

B_i – середньоарифметичне значення бальної оцінки показника експертами;

n – кількість показників в групі.

Наступний етап – стандартизація показників з урахуванням коефіцієнтів вагомості. Стандартизація – процес приведення різноимених показників до їх порівнювальності і чисельної співставимості [8, 9]. За формулою:

$$x_{ij} = \frac{M_{ij}}{NormM_{ij}} KQ, \quad (3)$$

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 аналізуються;

$NormM_{ij}$ – нормативне (оптимальне) значення того чи іншого показника.

Отримані розраховані за формулою (2) коефіцієнти вагомості занесемо в колонку 6 табл. 1, а за формулою 3 – порівняльні показники в колонки 7, 8, 9. Отримані бали підсумовуємо по кожному із підприємств. Результати підсумку балів показують, що найбільшу кількість балів за першою групою показників має підприємство 2 (104,83 бали), на другому місці – підприємство 3 (85,38 бали), на третьому місці – підприємство 1 (81,78 бали).

Отримані бали за системою показників економічної діяльності є відправними при визначенні конкурентоспроможності підприємства.

По другій групі показників – якісних показників, які не можуть набути прямих числових значень, а також і тих, числові параметри яких неоднозначно впливають на кінцеві показники діяльності підприємства, розбудуємо таблицю 2 – шкалу перетворення якісних показників у кількісні.

Таблиця 2 – Шкала перетворень якісних показників у кількісні

Якісна оцінка	Кількісна оцінка (в балах)
Показник підприємства перевищує показники обох підприємств	4
Показник підприємства перевищує показник одного із підприємств і дорівнює показнику іншого підприємства	3
Показник підприємства перевищує показник одного із підприємств і менше одного показника іншого підприємства	2
Показники підприємства збігаються із показниками інших підприємств	2,5
Показник підприємства менше показника одного із підприємств і більше одного показника іншого підприємства	1,5
Показник підприємства менше показника одного із підприємств і дорівнює одному показнику іншого підприємства	1
Показник підприємства менше показників обох інших підприємств	0,5

Кожен із прийнятих до розрахунку якісних показників таблиці 2 наділяється певною кількістю балів, виходячи з важливості показника та міри його впливу на результати економічної та фінансової діяльності підприємства. При цьому для всіх трьох підприємств, що аналізуються, можуть бути застосовані однакові критерії оцінок переходу якісних показників у кількісні, враховуючи те, що усі такі підприємства функціонують в одній галузі.

Отримані в таблиці 2 критеріальні оцінки переходу якісних показників у кількісні використаємо для розрахунку кількості балів по кожному із підприємств (таблиця 3), за визначеними у таблиці 2 якісними показниками, наділивши їх показниками вагомості.

Таблиця 3 – Бальна оцінка якісних показників

Показники	Бальна оцінка показників			Вагомий коефіцієнт	Сума зважених балів		
	P_1	P_2	P_3		P_1	P_2	P_3
1	2	3	4	5	6	7	8
Якість	0,5	4	1,5	10	5	40	15
Маркетинг	1	2	3	15	15	30	45
Підготовка персоналу	3	3	0,5	6	18	18	3
Система управління	2,5	2,5	2,5	7	17,5	17,5	17,5
Витрати на одиницю товару	2	2	0,5	2	4	4	1
Стан екології та екологічної безпеки	2,5	2,5	4	15	37,5	37,5	60
Рівень інвестицій	0,5	4	1,5	5	2,5	20	7,5
Потенційні можливості обладнання	4	3	0,5	20	80	60	10
Інновації	4	2	0,5	10	40	20	5
Експортно-імпортні можливості	2	0,5	4	10	20	10	40
Всього	22,0	25,5	16,5	100	239,5	257,0	204,0

Наведені в таблицях 2 і 3 результати бальних оцінок трьох порівняльних підприємств занесемо в таблицю 4 для розрахунку інтегрального показника.

Таблиця 4 – Розрахунок інтегральних показників фінансово-економічної діяльності

№ п/п	Назва показника	Набрані бали		
		Π_1	Π_2	Π_3
1	Зважені показники фінансово-господарської діяльності	81,78	104,88	85,38
2	Зважені якісні показники	239,5	257,0	204,0
3	Всього балів	321,28	361,88	289,38
4	Інтегральний показник	253,08	277,58	222,1

Для обчислення величини середнього інтегрального показника по обом групам показників (табл. 4) трьох підприємств скористаємось формулою:

$$R_{jn} = \sqrt[n]{(x_{1jn})^2 + (x_{2jn})^2 + (x_{3jn} \dots + x_{njn})^2} \quad (5)$$

де R_{jn} – середньозважена величина показників того чи іншого підприємства.

$x_1, x_2, x_3 \dots x_n$ – показники діяльності того чи іншого (j-го) підприємства, що мають числове значення.

n – кількість показників, що зважуються.

Підставимо числові дані таблиці 4 у формулу 5, визначимо інтегральний показник кожного підприємства:

$$R_{j_1} = \sqrt[3]{(81,78)^2 + (239,5)^2} = 253,08$$

$$R_{j_2} = \sqrt[3]{(104,88)^2 + (257,0)^2} = 277,58$$

$$R_{j_3} = \sqrt[3]{(85,38)^2 + (204,0)^2} = 221,1$$

Занесемо отримані результати в таблицю 4, п. 4 та проаналізуємо їх. Як показують цифрові дані, найбільшу кількість балів за результатами фінансово-господарської діяльності та якісних показників набрало підприємство 2, на другому місці – підприємство 1, і на третьому місці – останньому місці – підприємство 3.

Відповідно склався і інтегральний рейтинговий показник, як середньозважена величина бальних оцінок усієї сукупності застосовуваних показників (табл. 5).

Таблиця 5 – Рейтингова шкала для визначення конкурентоспроможності підприємства

Значення інтегрального рейтингового показника (бали)	Рівень конкурентоспроможності
– понад 270	високий
– від 250 до 270	середній
– від 220 до 250	низький
– менше 220	неконкурентоспроможне

Розбудована нами рейтингова шкала бальних оцінок може бути використана для визначення рівня конкурентоспроможності інших підприємств галузі.

Висновки

1. Визначення конкурентоспроможності підприємств за показниками фінансово-економічної діяльності забезпечує реальне і об'єктивне визначення ролі і місця підприємств як конкурентів.
2. Стандартизація показників діяльності підприємств забезпечує порівняльність їх економічної та фінансової діяльності і визначення місця за рівнем конкурентоспроможності.
3. Кількість і структура показників, що використовуються для отримання комплексного, інтегрального показника конкурентоспроможності можуть бути різними і визначаються рівнем розвитку комерційних відносин та галузевими особливостями виробництва і реалізації товарів кожного із підприємств.
4. Наведена методика визначення рівня конкурентоспроможності підприємств може бути використана підприємствами будь-якої галузі, оскільки побудована на використанні даних статистичної звітності, що відповідає системі Національних і Міжнародних Стандартів бухгалтерського обліку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
2. Небава М. І. Економіка та організація виробничої діяльності підприємства: навч. посіб. / М. І. Небава, О. О. Адлер, О. Й. Лесько. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 117 с. – [Електронний ресурс] . – Режим доступу: <http://posibnyky.vntu.edu.ua/>
3. Маршалл Альфред. Принципи економічної науки. Principles of Economics, 1890 – 1891 : – М. Дело, 1994.
4. Маршалл Альфред // Энциклопедический словарь Брокгауза и Евфрона : в 86 т. – СПб. 1890 – 1907 с.
5. Блауг М. Маршаллинская экономическая теория // Экономическая мысль в ретроспективе = Economics. Theory in Retrospect. – М. : Дело, 1994. – XVII, 627 с.
6. Фурик В. Г. Комплексна оцінка кредитоспроможності підприємств-позичальників комерційним банком / В. Г. Фурик, Т. К. Калугуряну // Вісник ВПІ. – 2014 – № 6. – С.63 – 68.
7. Кадриус І. Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають / І. Г. Кадриус // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". – ДДАЕУ : Дніпропетровськ 2014. – № 5. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3390>.
8. Руденко Л. В. Міжнародні кредитно-розрахункові та валютні операції : підручник / Л. В. Руденко. – Київ : ЦУЛ, 2003 . – 616 с.
9. Єпіфанова І. Ю. Напрямки забезпечення конкурентоспроможності підприємств кондитерської галузі в Україні / Єпіфанова І. Ю., Гайдей М. О. // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – №23. – С. 53-57.

Фурик Василь Григорович – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Vasyl G. Furyk, – Cand. Ec. Sci (Eng), Assistant Professor Department of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

СТРАТЕГІЧНІ КАРТИ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі розкрито сутність стратегічних карт, систематизовано підходи до їх класифікації. Визначено особливості застосування стратегічних карт. Обґрунтовано пріоритетність їх використання за реалізації інноваційної стратегії

Ключові слова: стратегічна карта, роудмепінг, система збалансованих показників

Summary

The work reveals the essence of strategy maps, approach to classification are systematized. Advantages of using strategic maps are defined. Priorities of their using for implementing innovative strategies are grounded.

Keywords: strategic map, roadmapping, balanced scorecard

Вступ

За умов високого рівня фінансових ризиків, впливу різних кризових чинників однією з головних проблем функціонування підприємств є забезпечення стійкого розвитку. Інноваційна діяльність є основою забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств та основою забезпечення стійкого розвитку. Ефективне здійснення інноваційної діяльності передбачає впровадження стратегічного управління, основними елементами якого є підприємство та зовнішнє середовище. Підприємство, яке є складовою зовнішнього середовища, для забезпечення ефективної діяльності, повинне вміти адаптуватись до наявних та можливих змін зовнішнього середовища. Успіху можуть досягнути не ті підприємства, які здатні сформувати вдалу стратегію, а такі, які здатні вчасно адаптувати її до змін. У зв'язку із цим, питання стратегічного управління інноваційною діяльністю є досить актуальними для вітчизняних підприємств. Питання аналізу ефективності стратегічного управління викладено І. Ансоффом, М.Є. Портером, Робертом С. Капланом, Девідом П. Нортоном. Питаннями, пов'язаними із стратегічним управлінням інноваційною діяльністю займаються такі вчені як С.М. Ілляшенко, Н. М. Польова, В. О. Шпильова, І. В. Федулова, Т. М. Янковець та інші. Метою даної роботи є систематизація підходів до сутності стратегічних карт та визначення їх місця в стратегічному управлінні інноваціями.

Результати дослідження

Досить важливим етапом формування інноваційної стратегії є проведення аналізу факторів впливу зовнішнього середовища та аналіз внутрішнього потенціалу і загроз, які впливають на реалізацію інноваційної стратегії та діяльність підприємства в цілому. В цілому вибір інноваційних стратегій здійснюється із урахуванням різних методів, які в загальному вигляді мають вигляд матриць, індексів, діаграм, багатокутників. Основним критерієм вибору стратегій розвитку підприємств на сьогодні є матриці Ансоффа, Бостонської консалтингової групи, Мак Кінсі Джеренал Електрик, СВОТ-аналіз, система збалансованих показників. Разом з тим, найбільшого поширення отримала модель СВОТ-аналізу перевагами застосування якої є одночасне врахування зовнішніх та внутрішніх чинників розвитку. Крім того, модель дозволяє на основі дослідження сильних та слабких сторін підприємства з урахуванням впливу зовнішнього середовища визначити стратегічні напрямки подальшого розвитку, а також можливі загрози.

Компанії США на сучасному етапі розвитку активно використовують такий метод планування та прогнозування діяльності як стратегічні карти або ж роудмепінг, який в перекладі з англійської мови означає рух по дорожній карті. Роудмепінг передбачає побудову так званих «дорожніх мап» - маршрутів розвитку компанії в майбутньому за основними сферами діяльності, зокрема такими як:

ринок, продукти, технології, конкуренти, сировина тощо. При цьому основною його домінантою є саме впровадження інновацій, інноваційних технологій [1].

На сьогодні в літературі можна зустріти поняття «дорожня карта», «стратегічна карта» та роудмепінг (roadmapping), які за суттю є синонімічними. На думку Р. Каплана і Д. Нортон стратегічна карта є прикладним зображенням стратегії, яке на одному аркуші паперу розповідає, яким чином інтегровані та скомбіновані цілі підприємства трансформуються в єдину стратегію і вміщує показники, за допомогою яких вона може бути реалізована [2]. Отже, це визначення цілком відповідає розумінню дорожньої карти у М. Діселя [1] та Р. Пхаала [3; 4]. Кизим М.О., Пилипенко А. А., Зінченко В. А. надають схоже визначення стратегічної карти, зазначаючи що це візуальне подання стратегії організації, а також процесів і систем, необхідних для її втілення; показує працівникам, як їхня робота пов'язана із цілями всієї організації та є основою розробки збалансованої системи показників [4].

Технологія роудмепінгу розроблена компанією «Motorola» в 1970-х для підтримання покращення узгодження між технологією і розробкою нового продукту, забезпечуючи структуроване візуальне описання стратегії [3].

Разом з тим, дослідження авторів [4] показали, що оскільки результатом дорожньої мапи є подання стратегії як схематичного додатку, на сьогодні існує значна кількість варіантів побудови дорожніх мап, тобто відсутні узгоджені набори візуальних звичаїв, правил. В авторами пропонуються різні шаблони дорожніх карт і для інноваційної діяльності, шаблони яких містять різні складові: ринок, виріб, технологія й підсумки [6] або ж інновації, персонал, технологія [7].

Етапи побудови стратегічної карти відповідають відповідним етапам стратегії і тісно переплетені, саме тому їх доцільно інтегрувати в етапи формування інноваційної стратегії для уникнення дублювання дій.

Особливістю і вигодою стратегічної карти є використання основи, яка структурована у часі (і часто графічної) для розробки, подання та передачі стратегічних планів, з точки зору еволюції і розвитку технології, продуктів і ринків. В цьому відношенні, технологія «roadmapping» також тісно пов'язана з іншими графічними підходами планування такої як PERT (техніка оцінки та аналізу програм) і інструменти планування Gantt [8].

Однією з найбільших вигід даного методу є комунікація через функціональні та організаційні кордони. Процес розробки стратегічних карт об'єднує разом та узгоджує різні ключові зацікавлені сторони та перспективи. Крім того, якісно розроблена дорожня карта може надалі розширюватись і слугувати основою для подальших дій. Саме тому, досить важливим є включення до процесу формування інноваційної стратегії.

Цілісна структура стратегічної карти пов'язана безпосередньо з фундаментальними питаннями, які з'являються в будь-якому стратегічному контексті: де ми хочемо піти? Де ми тепер? Як ми можемо дістатися там? Чому ми повинні діяти? Що ми повинні зробити? Як ми повинні зробити це? Коли?

В цілому стратегічні карти класифікують за трьома критеріями: метою, форматом [1; 3; 4; 8], видом (таблиця 1).

Сутність моделі стратегічних карт полягає в організації контролю за виконанням встановлених показників й корегуванні динаміки найбільш істотних для реалізації стратегії з них [9]. На сучасному етапі формування стратегічних карт пов'язують із системою збалансованих показників. Відповідно стратегічні карти для інноваційної діяльності також передбачають використання системи показників, з якими повинні узгоджуватись етапи інноваційної діяльності, джерела фінансування.

Дослідження праць, що стосуються формування системи збалансованих показників [2; 4; 6; 9; 10; 11] показало, що особливістю їх використання:

- використання не фінансових показників поряд із фінансовими;
- балансування показників здійснюється за чотирма групами: фінанси, клієнти, внутрішні процеси, навчання та розвиток;
- дана система показників забезпечує оцінку ефективності діяльності підприємства як в минулому, так і на перспективу;
- між показниками в системі існує зв'язок, який відображено у стратегічних картах;
- система збалансованих показників впроваджується зверху до низу, крізь усе підприємство; для кожного підрозділу формується певний набір збалансованих показників;
- система збалансованих показників містить як правило не більше 20-25 показників на підприємство, на підрозділ близько 7-10, для одного співробітника не більше 5.

Таблиця 1 – Класифікація стратегічних карт (складено за даними [1; 3; 4; 8])

Назва	Сутність
1. В залежності від мети створення	
Планування продукту	Найбільш поширений тип планування, пов'язаний із технологією виробництва продукту
Обслуговування / здатність планування	Дорожня карта, яка зосереджена на організаційній спроможності як міст між технологією і бізнесом. Використовується підприємствами сфери послуг
Стратегічне планування	Дорожня карта зосереджується на розвитку бачення майбутнього бізнесу, з точки зору ринків, бізнесу, продуктів, технологій, навичок, культури, і т.д.
Довгострокове планування	Цей тип використовується для підтримання довгострокового планування, розширює горизонт планування.
Планування інтелектуального активу (персоналу)	Цей тип вирівнює управління інтелектуальними активами та ініціатив управління знаннями з бізнес-цілями.
Програмне планування	Цей тип зосереджується на впровадженні стратегії, і стосується першочергово планування проекту (наприклад, програми НДДКР)
Процесне планування	Планування певної складової процесу (наприклад, розробки нового продукту)
Інтегроване планування	Цей тип зосереджується на інтеграції і / або еволюції технології, з точки зору того, як різні технології об'єднуються в продуктах і системах, або з точки зору формування нових технологій
2. В залежності від виду	
Галузева	Формування стратегії розвитку певної галузі, ринку, сектору промисловості
Корпоративна	Формування стратегії розвитку на макrorівні господарювання (окремих корпоративних структур)
Продуктова	Формування стратегії розвитку продукту (продуктової лінійки) у часі за рахунок ринкового аналізу, оцінки продукту та вивчення технологій
Технологічна	Формування стратегії розвитку технологій, в тому числі високих, технологічного сектору
Наукові, дослідницькі	Формування стратегії розвитку, яке ґрунтується на виборі нових технологій, що формуються, з урахуванням підвищеної уваги до компетенцій та досліджень
Програмні	Формування стратегії розвитку на мікро-, макро-, мезо- рівнях з метою виявлення впливу можливих проблем на розвиток програм та стратегій
3. В залежності від графічного формату	
Багаторівневі	Найбільш поширений формат, що включає в себе декілька рівнів (і підрівнів), таких як технологія, продукт і ринок
Стовпчикові	Дорожня карта у формі ряду стовпців для кожного рівня або підрівня, що спрощує та об'єднує необхідні висновки, спрощує передачу, інтеграцію дорожніх карт
Таблиці	Дорожня карта або певні її рівні у вигляді таблиць (час в порівнянні з продуктивністю або вимогами). Особливо підходить для ситуацій, де продуктивність може бути визначена кількісно
Графіки	Дорожня карта виражена як простий графік або графік - зазвичай один для кожного підрівня, який тісно пов'язаний з технологічними S-кривими
Графічні подання	Деякі дорожні карти використовують більш творчі графічні уявлення передачі технологічної інтеграцію і планів
Блок-схеми	Певний тип графічного представлення - блок-схема, яка є використовується для пов'язання мети, дії і результатів
Монорівневі	Форма дорожньої карти, яка фокусується на єдиному рівні дорожньої карти. Недоліком цього типу є те, що зазвичай не показані зв'язки між рівнями

Вітчизняним підприємствам було б досить корисним запровадити в свою господарську діяльність даний підхід, оскільки він створює можливості формувати різноманітні напрямки розвитку інноваційної діяльності в залежності від перебігу обставин. Фінансові менеджери підприємства завжди повинні мати декілька варіантів реалізації інноваційної стратегії – від найбільш оптимістичного до песимістичного та вчасно коригувати її реалізацію відповідно до зовнішніх умов. На сьогодні в Україні досить низька частка підприємств, що займаються інноваційною діяльністю, та ще меншою є частка тих, що активно використовує стратегічне інноваційне планування.

Висновки. Встановлено, що перспективним напрямом активізації інноваційної стратегії є впровадження стратегічних карт та системи збалансованих показників. У зв'язку із цим, одним із етапів формування інноваційної стратегії є складання стратегічної карти, яка враховуватиме різні варіанти перебігу інноваційної діяльності та може бути базисом для формування та коригування наступних інноваційних стратегій промислових підприємств. Включення даної складової до етапів формування інноваційної стратегії підвищить ефективність використання фінансового забезпечення інноваційної діяльності, оскільки менеджментом підприємства буде сформовано план дій за різних умов перебігу інноваційної діяльності. Крім того, інноваційна стратегія, особливо в частині формування фінансового забезпечення інноваційної діяльності має бути інтегрована в систему збалансованих показників підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Dissel M. Value roadmapping / M. Dissel // Research Technology Management. – 2010. – № 6. – P. 28-30.
2. Каплан Роберт С. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты / Роберт С. Каплан, Дейвид П. Нортон; Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. – 512 с.
3. Phaal R. Roadmapping for strategy and innovation [Electronic Resource] / Phaal R. // University of Cambridge, Institute for Manufacturing, 2010. – The mode of excess: http://www.ifm.eng.cam.ac.uk/uploads/Research/CTM/Roadmapping/roadmapping_overview.pdf
4. Blackwell Alan F. Strategy Roadmaps: New Forms, New Practices / Alan F. Blackwell1, Rob Phaal, Martin Eppler, Nathan Crilly // Diagrammatic Representation and Inference. – 2008. – Volume 5223 of the series Lecture Notes in Computer Science - Pp 127-140.
5. Кизим М. О. Збалансована система показників: монографія / Кизим М.О., Пилипенко А. А., Зінченко В. А. – Х.: ВД "ІНЖЕК", 2007. – 192 с.
6. Кластери в економіці України : монографія / за наук. ред.. М. П. Войнаренка. – Хмельницький : ХНУ, ФОП Мельник А. А., 2014 – 1085 с.
7. Баев И. А. Дорожные карты инструмент инновационного планирования на предприятия / Баев И. А., Глазкова Ю. С. // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. 2010. №39 (215). – С. 32-36.
8. Phaal R. Technology roadmapping – A planning framework for evolution and revolution / Robert Phaal, Clare J.P. Farrukh, David R. Probert // Technological Forecasting & Social Change. – 2004. – №71. – P. 5–26.
9. Ольве Н.-Г., Рой Ж., Ветер М. Оценка эффективности деятельности компании. Практическое руководство по использованию сбалансированной системы показателей: Пер. с англ. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2003. – 304 с.
10. Управління інноваційною, інвестиційною та економічною діяльністю інтегрованих об'єднань та підприємств : монографія/ за заг. ред. Л.М.Савчук. – Дніпропетровськ: Пороги, 2016. – 520с.
11. 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.

Ірина Юрійвна Єпіфанова – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: epifanovairene@gmail.com.

Irina Yu. Yepifanova – Cand. Ec. Sci (Eng), Assistant Professor of Finance and innovative management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: epifanovairene@gmail.com.

КРЕДИТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто сутність поняття «кредитоспроможність», аргументовано важливість оцінки кредитоспроможності. Здійснено аналіз кредитоспроможності підприємств харчової промисловості на прикладі ПАТ «Козятинський м'ясокомбінат»

Ключові слова: кредитоспроможність, позичальник, харчова промисловість, підприємство, кредит.

Abstract

The essence of the concept of "creditworthiness" is considered, the importance of assessing creditworthiness is argued. The analysis of the creditworthiness of the food industry on the example of JSC «Kozyatyn Meat Factory» is given

Keywords: creditworthiness; borrower; Food Industry; enterprise. credit.

Вступ

Функціонування підприємств різних галузей в умовах ринкової конкуренції передбачає наявність фінансового забезпечення, яке в свою чергу формується за рахунок власного, залученого та позикового капіталу. Використання підприємством кредитних коштів дає можливість усунути нестачу власних ресурсів які необхідні для успішної діяльності.

Метою даної роботи є визначення стану кредитоспроможності підприємств харчової промисловості в сучасних умовах.

Результати дослідження

Оцінка кредитоспроможності позичальника є важливою складовою надання кредитів комерційними банками.

У зв'язку з особливостями української економіки та аспектами фінансового стану вітчизняних підприємств, банки а також інші фінансові установи змушені постійно переглядати свою кредитну політику.

Отож, перед банками та підприємствами постає необхідність оцінки кредитоспроможності підприємств. Серед науковців немає єдиної думки щодо визначення сутності цього поняття. Існують різні підходи до визначення категорії «кредитоспроможність», що базуються на певних критеріях, які формують сутність кредитоспроможності, які систематизовано в табл. 1.

Проаналізувавши зазначені вище визначення кредитоспроможності, можна зробити висновок, що в більшості джерел під кредитоспроможністю розуміється «спроможність», «можливість», «наявність або сукупність можливостей», «система умов», «оцінка банком», «здатність», «наявність передумов».

Також можна зробити висновок, що думки вчених стосовно цього поняття збігаються, оскільки у всіх визначеннях присутнє твердження що головною передумовою кредитоспроможності позичальника є його здатність розрахуватись в строк за своїми зобов'язаннями.

На сучасному етапі зріс ризик неповернення банківських кредитів. Однак, виділяють наступні галузі, які мають відносно стабільні джерела фінансування: харчова промисловість, транспорт, зв'язок, телекомунікації, хімічна промисловість. Також слід відзначити, що частина підприємств харчової промисловості мають змогу імпортувати продукцію до країн ЄС.

Аграрний сектор і харчова промисловість у цілому формує засади збереження суверенності держави — продовольчу та, у визначених межах, економічну, екологічну й енергетичну безпеку, забезпечує розвиток технологічно пов'язаних галузей.

В даний момент харчова промисловість є одним з найбільш конкурентоспроможних секторів економіки України, що стрімко і динамічно розвиваються.

Таблиця 1 – Систематизація підходів до визначення сутності кредитоспроможності

Автор	Кредитоспроможність - це
В.Колесников [1], О.Кириченко [2], А.Загородній [3], Т.Кияк [4], Б.Райсберг [5],	наявність передумов у позичальника отримати і повернути кредит.
О.Петрук [6], А.Шеремет [7], С.Фролов [8], О.Мороз [9], Л.Примостка [10]	здатність своєчасно та в повній мірі розрахуватися за зобов'язаннями
В.Галасюк [11]	спроможність позичальника за конкретних умов кредитування в повному обсязі й у визначений кредитною угодою термін розрахуватися за своїми борговими зобов'язаннями виключно грошовими коштами, що генеруються позичальником у ході звичайної діяльності
Р.Котовська [12]	можливість підприємства покрити свої поточні боргові зобов'язання
М.Назарова [13], В.Янишевська [14]	оцінка банком можливостей погасити надану позику
М.Сахарова [15], В.Хрестинин [16]	фінансово-господарський стан підприємства чи організації, котрий дає впевненість у ефективному використанні позичених коштів, спроможність та готовність позичальника повернути кредит згідно умов договору
Р.Дякова [17]	сукупність фінансових і матеріальних можливостей одержати і сплатити кредит в установленний термін й у повній сумі

Здійснено аналіз кредитоспроможності підприємства харчової промисловості за коефіцієнтами ліквідності, фінансової стійкості а також інтегральним показником на прикладі ПАТ «Козятинський м'ясокомбінат».

Таблиця 2 - Аналіз кредитоспроможності ПАТ «Козятинський м'ясокомбінат» за коефіцієнтами ліквідності (платоспроможності) та фінансової стійкості

Коефіцієнти	2014 р.	2015 р.	Відхилення	
			Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
Коефіцієнт поточної ліквідності	9,06	10,66	1.6	1.18
Коефіцієнт швидкої ліквідності	7,92	5,47	-2.45	0.69
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,986	1,001	0.015	1.02
Коефіцієнт фінансової незалежності	0.947	0.951	0.004	1.00
Коефіцієнт фінансової залежності	1.055	1.052	-0.003	1.00
Коефіцієнт фінансової стабільності.	3.45	0.66	-2.79	0.19
Коефіцієнт залежності підприємства від довгострокових зобов'язань	0.0078	0.0081	0.0003	1.04
Коефіцієнт ділової активності	2.35	2.82	0.47	1.20

Отже, як видно з таблиці 2.3 ПАТ «Козятинський м'ясокомбінат» є кредитоспроможним за показниками ліквідності. Зокрема коефіцієнт поточної ліквідності у 2014 році зріс на 1,18%. Це позитивна динаміка до зростання. Зміна коефіцієнта до кінця року показує, що сума оборотних

активів збільшилась на більшу величину, порівняно із сумою поточних зобов'язань. Це позитивна тенденція. Показник значно більший 1, а отже підприємство прибуткове.

Щодо коефіцієнта швидкої ліквідності, він має негативну динаміку до зменшення. У 2015 році показник зменшився на 2,45 пунктів. Це спричинено тим, що сума поточних зобов'язань збільшується по відношенню до різниці оборотних активів та виробничих запасів. Така ситуація означає, що якість оборотних активів зменшується.

Значення коефіцієнта абсолютної ліквідності збільшилося. У 2015 році коефіцієнт збільшився на 1,02%. Це пояснюється тим, що сума грошових запасів зростає у порівнянні з сумою поточних зобов'язань.

Згідно розрахункам, ПАТ «Козятинський м'ясокомбінат» є кредитоспроможним і за показниками фінансової стійкості. Зокрема коефіцієнт фінансової незалежності має позитивну динаміку до зростання. Це врешті решт призводить до збільшення числа зобов'язань, які підприємство може виконати за рахунок використання власних коштів. Також при зростанні цього показника збільшиться незалежність підприємства від залучених коштів.

Коефіцієнт фінансової залежності має позитивну динаміку до спадання. Цього і слід було очікувати, адже показник є оберненим до попереднього. Тому при зростанні коефіцієнта фінансової незалежності цей коефіцієнт спадає.

Така тенденція є негативною показника фінансової стабільності. Як бачимо з розрахунків, значення показників у 2014 і 2015 роках значно відрізняються. Коефіцієнт за 2015 рік не перевищує 1, що свідчить про перевищення суми запозичених коштів над власними. Це свідчить про негативну фінансову стійкість підприємства.

Як бачимо, коефіцієнт залежності підприємства від довгострокових зобов'язань має негативну динаміку до зростання. У 2015 році значення показника не суттєво зменшилося, залежність підприємства від довгострокових зобов'язань збільшилась.

Маємо чітку позитивну динаміку до зростання показника ділової активності. Це свідчить про те, що використовуване майно підприємства з часом починає приносити все більший прибуток. Як бачимо, до кінця року прибуток зріс на 0,47 гривні. Це свідчить ефективне використання майна підприємства.

Для розрахунку інтегрального показника ПАТ «Козятинський м'ясокомбінат» необхідно дізнатись до якого виду економічної діяльності відноситься підприємство відповідно до Національної класифікації видів економічної діяльності[18]. За перевіреними даними підприємство належить до групи №2 видів економічної діяльності - Виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів: секція С. Інтегральний показник фінансового стану підприємства розраховується за формулою (1) [19-20]:

$$Z=0,035 \times K1 + 0,04 \times K2 + 2,7 \times K3 + 0,1 \times K6 + 1,1 \times K7 + 1,2 \times K8 + 0,05 \times K9 - 0,8; \quad (1)$$

де K1 – коефіцієнт покриття (ліквідність третього ступеня); K2 – проміжний коефіцієнт покриття; K3 – коефіцієнт фінансової незалежності; K6 – коефіцієнт рентабельності продажів за фінансовими результатами від операційної діяльності (EBIT); K7 – коефіцієнт рентабельності операційної діяльності за EBITDA; K8 – коефіцієнт рентабельності активів за чистим прибутком; K9 – коефіцієнт оборотності оборотних активів.

Отже, розрахуємо інтегральний показник фінансового стану бенефіціара.

2014 рік: $Z=0,035 \times 9,06 + 0,04 \times 3,96 + 2,7 \times 0,95 + 0,1 \times 0,044 + 1,1 \times 0,06 + 1,2 \times 0,046 + 0,05 \times 8,16 - 0,8 = 2,7741$

2015 рік: $Z=0,035 \times 10,66 + 0,04 \times 3,61 + 2,7 \times 0,95 + 0,1 \times 0,068 + 1,1 \times 0,08 + 1,2 \times 0,184 + 0,05 \times 8,9 - 0,8 = 3,0431$

За розрахованими даними, за обидва роки підприємство ПАТ «Козятинський м'ясокомбінат» належить до класу 1 - високий рівень спроможності виконувати зобов'язання та найменша ймовірність дефолту. Слід зазначити, що у 2015 році інтегральний показник фінансового стану зріс, що є позитивною тенденцією.

Висновки

Проаналізувавши здійснені розрахунки, можна стверджувати що харчова промисловість є однією з небагатьох галузей яка зберегла кредитоспроможність, так як її підприємства здатні розраховатися за своїми зобов'язаннями, є ліквідними та фінансово стійкими.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Банковское дело : учебник / под ред. В.И. Колесникова. – 4-е изд., перероб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 1999. – 464с.
2. Банківський менеджмент : навч. посібн. / за ред. О.А. Кириченка. – К. : Знання-Прес, 2002. – 438 с.
3. Загородній А.Г. Фінансовий словник / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк, Т.С. Смовженко. – Львів : ДУ Львівська політехніка, 2002. – 116 с.
4. Словник-посібник економічних термінів / О.М. Дрозд, В.В. Дубічинський, А.С. Д'яков та ін. ; за ред. Т.Р. Кияка. – К. : Вид. Дім "KM Academia", 1997. – 264 с.
5. Райсберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райсберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – 2-е изд., испр. – М. : ИНФРАМ, 1998. – 479 с.
6. Петрук О.М. Банківські операції : навч. посібн. / О.М. Петрук, С.З. Мошенський, О.С. Новак. – Житомир : ЖДТУ, 2011. – 568 с.
7. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа предприятия / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин, Е.В. Негашев. – М. : Юни-Глоб, 1992. – С. 35–46.
8. Фролов С.М. Банківська справа та основи митного регулювання в Україні: теорія і практика : навч. посібник / С.М. Фролов. – Суми : Університетська книга, 2004. – С. 94–102.
9. Банківські операції : підручник / О.М. Мороз, М.І. Савлук, М.Ф. Пуховкіна та ін. – К. : КНСУ, 2002. – 476 с
10. Примостка Л.О. Фінансовий менеджмент банку : навч. посібн. / Л.О. Примостка. – К. : КНЕУ, 1999. – 280 с.
11. Галасюк В.В. Оцінка кредитоспроможності позичальників: що оцінюємо? / В.В. Галасюк, В.В. Галасюк // Вісник Національного банку України (укр.). – 2001. – № 5. – С. 54–56.
12. Операції комерційних банків / Р.Котовська, Г.Табачук, Л.Грудзевич та ін. – 3-тє вид. – Львів : ЛБІ НБУ, 2003. – 500 с
13. Финансово-экономический словарь / под ред. М.Г. Назарова. – М. : АО "Финстатинформ", 1995. – 224 с.
14. Янишевська В.М. Анализ платежеспособности предприятий и организаций: Практическое руководство для государственных и иных предприятий / В.М. Янишевська, В.Т. Севру, Т.Е. Лукачер. – М. : ИНФРА-М, 1991. – С. 5–47.
15. Сахарова М.О. К вопросу о кредитоспособности предприятий / М.О. Сахарова // Деньги и кредит. – 1989. – № 3. – С. 19–26
16. Хрестинин В.В. Финансовое состояние как фактор кредитоспособности предприятия / В.В. Хрестинин // Вестник Московского университета / Серия 6 : Экономика. – 2006. – № 6. – С. 3–24.
17. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера / Р.С. Дякова, А.В. Бохан, В.М. Горбаль та ін. – К. : Міжнародна економічна фундація, 2002. – 704 с.
18. Класифікація видів економічної діяльності [Електронний ресурс]: Наказ Держспоживстандарту України № 457 від 01.01.2012 - Режим доступу: <<http://zakon3.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10>>
19. Порядок проведення оцінки фінансового стану потенційного бенефіціара інвестиційного проекту, реалізація якого передбачається на умовах фінансової самоокупності, а також визначення виду забезпечення для обслуговування та погашення позики, наданої за рахунок коштів міжнародних фінансових організацій, обслуговування якої здійснюватиметься за рахунок коштів бенефіціара [Електронний ресурс]: Наказ Міністерства фінансів № 616 від 14.07.2016. -Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1095-16>
20. Управління інноваційною, інвестиційною та економічною діяльністю інтегрованих об'єднань та підприємств : монографія/ за заг. ред. Л.М.Савчук. – Дніпропетровськ: Пороги, 2016. – 520с.

Цвик Олександр Григорович - студент групи МОФ-13, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: tsvyk4@mail.ru;

Науковий керівник: **Джеджула В'ячеслав Васильович** – доктор екон. наук, професор кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет.

Tsvyk G. Oleksandr - Department of Management and safety of business, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: tsvyk4@mail.ru;

Supervisor: **Vyacheslav V. Dzhezdzhula** - Doctor of Economics, Professor of Department of Finance and innovative management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ІННОВАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті наведено визначення «інновація» та «інноваційна діяльність». Підкреслено значення інновацій та інноваційної діяльності як основної складової стійкого розвитку вітчизняних підприємств.

Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, інноваційний процес, інноваційний розвиток підприємств, інноваційний проект.

Abstract

The article contains definitions of «innovation» and «innovation». Stressed the importance of innovation and innovation as a fundamental component of sustainable development of domestic enterprises.

Keywords: innovations, innovative activity, innovative process, innovative development of enterprises, innovative project.

Вступ

В сучасному світі виробництва для кожного підприємства важливу роль відіграють інновації та інноваційні процеси. Без інноваційних процесів майже не можливо зробити новий продукт, так як головними складовими інноваційного процесу є не лише фінансові, економічні, соціальні та організаційно-технологічні фактори, а й можливість показати та застосувати нові інноваційні ідеї, що принесуть користь та дійдуть до споживача.

Метою роботи є дослідження інновацій як інструменту підвищення стійкого розвитку підприємства.

Результати дослідження

Сучасний етап розвитку постіндустріальної (інформаційно-інновативної) економіки віддає пріоритет активізації інноваційної діяльності у наукомістких видах діяльності, формуванню інноваційної моделі розвитку економіки, спрямованої на підвищення добробуту населення [2].

Таким чином, саме інновації та інноваційний розвиток стають основним фактором формування конкурентних переваг як підприємств, галузей, так і країни в цілому. Відповідно до законодавства України інновації — новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [5].

Інноваційна діяльність трактується як діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [2].

Світовий досвід засвідчує, що визначальним фактором успішного функціонування будь-якого підприємства є його здатність до здійснення інноваційної діяльності. Лише за умови досягнення високого рівня інноваційної активності підприємств економіка країни зможе зайняти гідне місце у світовому процесі економічного розвитку, оскільки саме інновації забезпечують конкурентоспроможність економіки на всіх ієрархічних рівнях.

Інноваційний розвиток підприємств — це безперервний рух, що базується на впровадженні та реалізації інновацій, які не лише зумовлюють поліпшення кількісних та якісних характеристик діяльності підприємства, а й забезпечують зміцнення його ринкових позицій та створюють умови для його подальшого розвитку.

Провівши моніторинг дефініцій терміну «інновація» можемо визначити такі основні підходи до

його визначення [1]:

- як процесу;
- як результату;
- як зміни;
- як інвестування в новачію.

На нашу думку, інновація (на мікрорівні) – це кінцевий результат інноваційного процесу, який призвів до якісних змін у будь-якій сфері діяльності підприємства.

Інновація виникає як наслідок використання результатів наукових досліджень і розробок, спрямованих на удосконалення процесу виробничої діяльності, економічних, правових і соціальних відносин в галузі науки, культури, освіти, в інших сферах діяльності суспільства. Цей термін може мати різні значення в різних контекстах, їхній вибір залежить від конкретних цілей виміру чи аналізу.

Комплексний характер інновацій, їхня багатосторонність і розмаїтість галузей застосування і способів використання вимагають розробки їх класифікації [3].

Види інновацій, що розрізняються по галузях застосування і етапам НТП [6]:

- технічні з'являються звичайно у виробництві продуктів з новими чи поліпшеними властивостями;
- технологічні виникають при застосуванні поліпшених, більш досконалих способів виготовлення продукції;
- організаційно-управлінські пов'язані, насамперед, із процесами оптимальної організації виробництва, транспорту, збуту і постачання;
- інформаційні вирішують задачі організації раціональних інформаційних потоків у сфері науково-технічної й інноваційної діяльності, підвищення вірогідності й оперативності одержання інформації;
- соціальні спрямовані на поліпшення умов праці, вирішення проблем охорони здоров'я, освіти, культури.

Таким чином, комплексний характер інновацій, багатосторонність і розмаїтість галузей і способів використання вимагають розробки їх класифікації, що враховує особливості інноваційних процесів, які необхідні при проектуванні організаційно-економічного механізму і впливають з переважного типу інновацій, що утворюють дані процеси.

Інноваційна діяльність у повному обсязі має комплексний, системний характер і включає такі види роботи, як пошук ідей, ліцензій, патентів, кадрів, організацію дослідницької роботи, інженерно-технічну діяльність, яка об'єднує винахідництво, раціоналізацію, конструювання, створення інженерно-технічних об'єктів, інформаційну та маркетингову діяльність [2].

Характерною рисою будь-якої інноваційної діяльності виступає виявлення інноваційних ідей і реалізація закладеного в них потенціалу. Виходячи з цього, інноваційну діяльність можна охарактеризувати як комплекс заходів, спрямований на практичне використання наукових, науково-технологічних результатів наявного інтелектуального потенціалу з метою створення нового або вдосконаленого продукту, технологічного процесу, методів організації виробництва, праці, організаційної структури та систем управління.

З метою ефективного функціонування та розвитку вітчизняним підприємствам необхідно активізувати свою інноваційну діяльність. Активізація такої діяльності передбачає інтеграцію в сучасні умови ефективного розвитку інноваційного ринку та підтримання високого рівня конкурентоспроможності на внутрішніх і зовнішніх ринках шляхом постійного впровадження технічних і технологічних новинок, що дають змогу в майбутньому забезпечити формування інноваційної стратегії розвитку підприємств.

Висновки

Інноваційна діяльність, яка є запорукою розвитку країни та її економічної стабільності, сьогодні в Україні перебуває у критичному стані. Щорічно спостерігається зменшення наукоємності ВВП, що є свідченням занепаду галузі. Дані негативні процеси викликають необхідність звернути увагу держави на проблеми інноваційно-інвестиційної діяльності як комплексної складової. Державне регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності сьогодні не є цілісною системою, що породжує ряд проблем та недоліків.

Інноваційна діяльність нині перетворилася на один із найважливіших чинників ефективного функціонування та розвитку господарських систем в умовах ринкової економіки. Цю діяльність

необхідно постійно вдосконалювати відповідно до об'єктивних вимог ринку, вона стає реальністю, коли базована на чітко окресленій політиці, досконалій методиці запровадження нововведень та оцінювання їх результативності. Важливий напрямом удосконалення та активізації інноваційної діяльності на підприємстві – це розроблення ефективних інноваційних стратегій, які сприятимуть успішному функціонуванню та розвитку вітчизняних підприємств, що є перспективним напрямом для подальших наукових досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Жовтанецька О.О. Державне управління інноваційною діяльністю / О.О. Жовтанецька, Г.Й. Никифорок // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». — 2011. — № 714. — С. 317—324.
2. 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. – 168 с.
3. Єпіфанова І. Ю. Моделювання процесу прийняття рішення щодо джерел фінансування інноваційної діяльності / Войнаренко М. П., Дзеджула В. В., Єпіфанова І. Ю. // Економічний часопис – XXI. – 2016. – № 160 (7-8). – С. 126-129.
4. Сафонов Ю.М. Концептуальна стратегія державного регулювання інноваційного потенціалу сировинного комплексу текстильної промисловості України / Ю.М. Сафонов // Інвестиції: практика та досвід. — 2011. — № 5. — С. 25—29. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2011_5_8
5. Про інноваційну діяльність. Закон від 04.07.2002 № 40-IV// Верховна Рада України. — Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
6. Полковниченко С.О. Оцінка інноваційного розвитку економіки України/ С.О. Полковниченко, О.В. Левківський, В.В. Левківський // Науковий вісник ЧДІЕУ. — 2012. — № 2 (14). — С. 78—87.

Дзюбко Михайло Юрійович – студент групи МОф-13б, факультету менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: michaeldzyubko@gmail.com

Науковий керівник: **Міронова Юлія Володимирівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Michael Y. Dzyubko - student MOF-13b, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: michaeldzyubko@gmail.com

Supervisor: **Yulia V. Mironova** – Candidate of Economic Sciences, docent Department of Finance and Innovation Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.

МЕТОДИКИ АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглянуто основні теоретичні та практичні підходи до використання методів аналізу інвестиційної діяльності організації. Запропоновано комплексну систему методів оцінки даної діяльності для підприємств.

Ключові слова: методи інвестиційних розрахунків, інвестиційна діяльність, підприємство, показники, ефективність проектів.

Abstract

In the article the basic theoretical and practical approaches to the use of methods of analysis of investment activity. A comprehensive system of assessment methods for enterprises.

Keywords: methods of investment calculations, investment, enterprise performance, efficiency projects.

Вступ

Одним з факторів економічного та інноваційного розвитку держави є висока інвестиційна активність, що сприяє забезпеченню економічного росту і, як наслідок, підвищенню добробуту суспільства. Вона знаходить своє вираження в інвестиційній діяльності підприємств. Методам оцінювання ефективності інвестиційних проектів приділяли увагу чимало відомих українських та зарубіжних вчених та економістів, серед яких: А. Маршал, Г. Бірман, В. Бочаров, П. Віленський, Л. Гітман, М. Кангро, А. Загородній, В. Захарченко, В. Ковалёв, І. Мейо, А. Мертенс, К. Рейлі.

Метою роботи є систематизація існуючих методів аналізу інвестиційної діяльності.

Результати дослідження

Оцінка ефективності інвестиційної діяльності досить часто зводиться до оцінювання інвестиційних проектів. Від того, наскільки якісно виконана така оцінка, залежить правильність ухвалення остаточного рішення про прийнятність конкретного інвестиційного проекту для підприємства. Застосовування у фінансовому аналізі методик та критеріїв можна розділити на дві групи: статистичні та динамічні [1-5].

До статистичних методів інвестиційних розрахунків відносяться інвестиційні проекти короткострокового характеру.

Статистичні методи інвестиційних розрахунків засновані на проведенні порівняльних розрахунків прибутку, витрат, рентабельності та виборі інвестиційного проекту на основі оптимального значення одного з цих показників, які в даному випадку виступають в якості короткострокової мети інвестора.

До статистичних методів належать такі [1]:

1) метод терміну окупності інвестицій - простий та поширений метод, заснований на обчисленні періоду, необхідного для повного повернення вкладених в проект первинних засобів;

2) метод коефіцієнта рентабельності інвестицій - є методом широкого використання, який заснований на показнику чистого прибутку. Коефіцієнт розраховується як відношення середньорічного прибутку до середньої величини інвестиції.

Сутність методу визначення бухгалтерської рентабельності інвестицій (КОІ) або середньої норми прибутку на інвестиції (АКК) зводиться до розрахунку показника, який базується на використанні бухгалтерського показника – прибутку [3].

Динамічні методи інвестиційних розрахунків використовуються для обґрунтування інвестиційних проектів в тому випадку, коли мова йде про довгострокові проекти, які характеризуються змінними доходами та витратами.

До динамічних методів належать такі [2-5]:

1) метод чистої приведеної (поточної) вартості заснований на зіставленні величини початкових інвестицій з сумою дисконтованих чистих грошових потоків, отриманих протягом прогнозного періоду;

2) метод внутрішньої норми прибутковості - визначення ставки прибутковості, при якій NV дорівнює нулю, для розрахунку необхідний спеціалізований фінансовий калькулятор;

3) метод розрахунку індексу рентабельності інвестицій являє собою наслідок методу чистої приведеної вартості, характеризує рівень доходу на одиницю понесених витрат;

4) метод модифікованої внутрішньої норми прибутку заснований на модифікації внутрішньої норми прибутковості для усунення можливих невизначеностей в розрахунках;

5) метод дисконтованого терміну окупності інвестицій являє собою термін окупності інвестицій, наведених в поточну вартість.

Неврахування чинника часу робить показники норми прибутку та періоду окупності неточними, а їх використання дає переважно приблизну оцінку ефективності інноваційного продукту. Приведення результатів й витрат до одного моменту часу необхідно робити тому, що вартість коштів є різною для різних років, залежно від ступеня віддаленості розрахункового року від року, ефект якого обчислюється.

Сучасні фірми використовують відразу декілька методів, для того, щоб виявити найбільш надійний та вигідний варіант інвестування. Інвестиційна діяльність на підприємстві завжди спрямована на підвищення ефективності його роботи, що в кінцевому підсумку виражається в отриманні, а потім і збільшенні прибутку.

Висновки

Отже, для того, щоб ухвалити рішення стосовно прийняття чи відхилення інвестиційного проекту необхідно розрахувати його ефективність за допомогою запропонованої методології. Описані вище методи оцінки інвестиційних проектів знаходяться у числі традиційних методів оцінки інвестицій. Кожен з методів показує ті чи інші особливості проекту. Однак для ефективної оцінки та вірного вибору інвестиційного проекту необхідний комплексний підхід і застосування всіх можливих методів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кангро М. В. Методы оценки инвестиционных проектов: учебное пособие / М. В. Кангро. – Ульяновск: УлГТУ, 2011. – 131 с
2. Касаткина Е.В. Оценка эффективности инвестиционных проектов: методологические проблемы и направления их решения / Е.В. Касаткина // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2010. – № 126. – С. 42 – 51.
3. Загвойська Л.Д. Економічний аналіз інвестиційних проектів : навч. посіб. / Загвойська Л. Д., Маселко Т.Є., Якуба М. М. – Л. : Афіша, 2006. – 317 с.
4. Ковалёв В. В. Методы оценки инвестиционных проектов. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 144 с.
5. Єпіфанова І. Ю. Управління інвестиційною діяльністю промислових підприємств \ М. П. Войнаренко, І. Ю. Єпіфанова. – Вінниця: ВНТУ, 2011. – 188с.

Діана Олександрівна Гладка – студентка групи МОФ-146, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: hladka1997@mail.ru

Науковий керівник: *Ірина Юрївна Єпіфанова* – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Diana O. Hladka- Department of finance and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: hladka1997@mail.ru

Supervisor: *Irina Yu. Yepifanova* - Cand. Sc. (Eng), Assistant Professor of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто теоретичні аспекти пов'язані з формуванням інвестиційного потенціалу підприємства. Висвітлено основні елементи інвестиційного потенціалу підприємства та чинники, що впливають на його формування.

Ключові слова: інвестиційний потенціал, потенціал підприємства, елементи інвестиційного потенціалу, ресурси.

Abstract

The theoretical aspects related to the formation of the investment potential of the enterprise are considered. The basic elements of the investment potential of enterprises and factors affecting its formation are given.

Keywords: investment potential, the potential of the enterprise, the elements of investment potential, resources.

Вступ

Розвиток економіки країни вимагає від підприємств забезпечити зростання інвестиційного потенціалу, що дозволить залучати додаткові інвестиційних ресурсів. Складні умови функціонування ринку капіталів в країні перешкоджають ефективному управлінню інвестиційним потенціалом, адже існує значна кількість факторів, що впливають на його формування. Виявлення особливостей формування інвестиційного потенціалу підприємства, що дозволить створити підґрунтя для ефективного управління ним.

Метою роботи є дослідження основних складових інвестиційного потенціалу підприємства, а також факторів впливу на його формування.

Результати дослідження

Існуюча в нашій країні необхідність підвищувати ефективність управління інвестиційним потенціалом підприємств спричиняє зростання інтересу дослідників до даної економічної категорії.

Різноманітність визначення сутності категорії «інвестиційний потенціал підприємства» пояснюється тим, що дослідники визначали дану категорію, відповідно до окремих аспектів вивчення її реалізації та формування. Виділяють три основні аспекти, в рамках яких розглядається інвестиційний потенціал підприємства [1, с 85]:

- здатність реалізовувати реальні інвестиційні проекти (капіталовкладення);
- спроможність залучати зовнішні інвестиційні ресурси, тобто бути привабливим для інвесторів;
- можливість здійснювати фінансове інвестування в якості додаткового джерела прибутку.

Різні підходи до сутності поняття «інвестиційний потенціал» свідчать про його багатогранність, що проявляється у складному процесі формування та управління. Інвестиційний потенціал підприємства формується як складна багаторівнева система, що включає значну кількість складових елементів та є чутливою до чисельних факторів впливу.

Аналіз структури потенціалу підприємства свідчить про те, що існують відмінності між підходами до структури інвестиційного потенціалу. Поширеним є поділ інвестиційного потенціалу на такі елементи: фінансовий, майновий, кадровий та виробничий потенціали (табл.1). Відповідно до даного підходу, інвестиційний потенціал є комплексним поняттям, що поєднує в собі сукупність потенціалів підприємства, пов'язаних з раціональним використанням його ресурсів. Виокремлення окремих складових формування інвестиційного потенціалу значно ускладнює процес його формування, адже кожен елемент піддається змінам під впливом середовища.

Таблиця 1 – Основні елементи інвестиційного потенціалу [2]

Найменування потенціалу	Визначення
Фінансовий потенціал	Сукупність фінансових ресурсів, за допомогою ефективного раціонального використання яких підприємство здатне отримати прибуток, а також досягти поставленої мети своєї діяльності, а також отримати максимально можливий фінансовий результат, за рахунок використання наявних власних ресурсів і залучення додаткових коштів на найбільш вигідних для підприємства умовах.
Майновий потенціал	Сукупність ресурсів, які контролюються підприємством в результаті минулих подій, функціонують у матеріальній, нематеріальній, фінансовій формах та використовуючи які підприємство очікує отримати економічні вигоди у майбутньому як результати господарської діяльності у формі чистого доходу, доданої вартості та чистого прибутку.
Кадровий потенціал	Інтегровані трудові можливості підприємства, які наявні сьогодні та передбачаються у майбутньому, та які характеризуються наявністю кваліфікованого персоналу підприємства, його освітнім і професійно - кваліфікаційним рівнем, іншими якісними характеристиками.
Виробничий потенціал	Можливий випуск конкурентоспроможної продукції певного асортименту при найбільш ефективному використанні виробничих ресурсів і компетенцій підприємства (комплекс колективного знання, досвіду і здібностей учасників виробничого процесу).

Важливо звернути увагу, наприклад, на географічне розташування підприємства. Дослідження географічного розташування враховує вплив інвестиційного потенціалу країни та регіону на формування інвестиційний потенціал підприємства. Водночас, варто враховувати складність і суб'єктивність поняття «інвестиційний потенціал країни», оскільки воно передбачає аналіз складових, які важко оцінити кількісно [2].

Оскільки формування інвестиційного потенціалу підприємства відбувається під впливом різноманітних чинників, про пропонуємо розглядати їх у вигляді класифікації.

За рівнем та масштабом впливу виділяють[3]:

- внутрішні чинники, що включають: стадію життєвого циклу підприємства, організаційно-правову форму підприємства, розмір підприємства, обсяг діяльності, фінансовий стан, структуру активів, кредитний рейтинг, політику розподілу прибутку, амортизаційну політику, прибуткову діяльність, особистісні складові управлінського персоналу, наявність зв'язків з фінансовими інституціями, ділова репутація (імідж).

- Зовнішні чинники, що включають: рівень інфляції, податкову політику, стан розвитку економіки, політичну стабільність, доходи населення, розвиненість банківського сектору та інших фінансових інституцій, облікову політику НБУ, розвиненість ринку фінансових посередників.

За об'єктивністю виникнення та впливу на інвестиційний потенціал підприємства виділяють [4]:

- об'єктивні чинники - це чинники, зумовлені навколишнім середовищем, на які підприємство не може здійснювати вплив.

- об'єктивно-суб'єктивні чинники - особливі чинники, які впливають на рівень інвестиційного потенціалу на рівні галузі. Дана група чинників діє на рівні, вищій ніж рівень підприємства, однак, спираються на вимоги та потреби розвитку галузі, тому їх можна вважати частково регульованими підприємством.

- суб'єктивні чинники впливу - це чинники, які відносяться до внутрішніх та діють на рівні окремого підприємства, що передбачає можливість впливу на них з боку управлінського персоналу.

Спираючись на систему факторів, що здійснюють вплив при формуванні інвестиційного потенціалу підприємства дослідниками було запропоновано різні варіанти формування інвестиційного потенціалу. Так, С.О. Заїка вважає, що у сучасній практиці варто розглядати три основних варіанти формування інвестиційного потенціалу підприємств [1]:

При першому варіанті домінують внутрішні негативні чинники, а зовнішні є сприятливими. Реалізацію інвестиційного потенціалу при цьому можна провести за допомогою оптимізації бізнесу підприємства, причому незалежно від зовнішньої кон'юнктури. така ситуація характерна для країн зі сприятливим інвестиційним кліматом. При цьому наявні інвестиційні можливості можуть бути реалізовані досить швидко, а інвестиційний потенціал, як правило, в цьому випадку помірний.

При другому варіанті переважають зовнішні негативні фактори, а внутрішні є сприятливими. Реалізація інвестиційного потенціалу полягає в поліпшенні інвестиційного клімату, хоча інвестиції досить ризиковані. Інвестиційний потенціал при цьому може досягти значного розміру, але тільки якщо несприятливі зовнішні фактори будуть зберігатися протягом нетривалого часу. Очевидні переваги мають інвестори, пристосовані до таких умов господарювання та мають режим найбільшого сприяння від державних органів.

Третій варіант формування інвестиційного потенціалу підприємств характеризується негативними внутрішніми та несприятливими зовнішніми чинниками. У цьому випадку інвестиційний потенціал може досягти великих показників, але капіталовкладення при цьому вкрай ризиковані (контрагенти намагаються утримуватися від інвестування).

Розглянувши запропоновані варіанти формування інвестиційного потенціалу підприємств ми дійшли висновку, що значна частина вітчизняних підприємств використовують другий та третій варіанти. Така ситуація спричинена зростанням негативного впливу факторів макросередовища, що призводить до погіршення стану внутрішнього середовища підприємства і, як наслідок, переходу до третього варіанту формування інвестиційного потенціалу. Таким чином, при формування інвестиційного потенціалу підприємства необхідно забезпечити сприятливий вплив зовнішнього середовища, що дозволить швидко реалізовувати інвестиційні можливості.

Висновки

Встановлено, що формування інвестиційного потенціалу підприємства є складним процесом, що передбачає існування в його структурі фінансового, майнового, кадрового та виробничого потенціалів. Виявлено, що на формування інвестиційного потенціалу підприємства впливає ряд факторів, серед яких можна виділити зовнішні та внутрішні (відповідно до рівня та масштабу впливу), а також об'єктивні, об'єктивно-суб'єктивні та суб'єктивні (відповідно до об'єктивності впливу та виникнення). Дослідження основних варіантів формування інвестиційного потенціалу підприємств показало, що вітчизняні суб'єкти господарювання перебувають під впливом негативних зовнішніх факторів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Заїка С.О. Інвестиційний потенціал підприємства та варіанти його формування / С.О. Заїка // Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки – 2015. - Вип.13, ч.1 – С. 84-86.
2. Маматова Л. III. Забезпечення фінансово-інвестиційного потенціалу промислових підприємств дис. канд. екон. наук. / Л. III. Маматова; 08.00.04 - економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Маріуполь, 2016 - 234 с.
3. Жувагіна І.О. Чинники формування інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі / І.О. Жувагіна // Економіка Криму. – 2013. - №1(42). – С.318-322.
4. Назарова О.Г. Вартісний підхід до управління інвестиційним потенціалом підприємства дис. канд. екон. наук. / О.Г.Назарова; 08.00.04 - економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Краматорськ, 2015 – 235 с.
5. 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. – 168 с.

Бардадин Олена Анатоліївна – студентка групи МОФ-16мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Єпіфанова Ірина Юріївна** – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Barbadyn Elena - Building of Management and information security, Vinnytsia National Technical University. Vinnitsa, email: bardadynhelena@gmail.com.

Supervisor: **Irina Yu. Yepifanova** – Cand. Ec. Sci. (Eng), Assistant Professor of Finance and innovative management, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa.

МЕТОДИКИ АНАЛІЗУ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У даній роботі розглянуто сутність капіталу підприємства, фактори впливу на ефективність управління капіталом підприємств. Розглянуто методики управління капіталом підприємства

Ключові слова: капітал, підприємство, управління, структура капіталу.

Abstract

This paper is reviewed the essence of enterprise capital, impacts on the effectiveness of management of capital companies. The techniques of money management enterprise are considered.

Key words: capital, enterprise, management, capital structure.

Вступ

Сучасні умови розвитку ринкової економіки потребують від українських підприємств розробки стратегічних планів та самостійного визначення напрямів розвитку. Гостро постає питання необхідності ефективного управління капіталом підприємств, адже це дозволяє отримувати максимальний прибуток, рентабельність, фінансову стійкість та високі показники ліквідності та платоспроможності.

Метою роботи є узагальнення методів оцінки управління капіталом підприємств.

Результати дослідження

Ринок кондитерської галузі України досить структурований та характеризується високим рівнем конкуренції. Конкурентна боротьба, яка загострилася останнім часом на ринку кондитерських виробів змушує підприємства шукати нові можливості підвищення конкурентоспроможності своєї продукції на ринку.

Варто зауважити, що 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].

Отже, з розвитком економіки об'єктивно ускладняється розуміння змісту капіталу та механізму управління ним.

Капітал підприємства є головним вимірником його ринкової вартості, що залежить як від об'єктивних чинників (масштабу цін в економіці країни і ряду макроекономічних показників), так і суб'єктивних чинників (наприклад, найпростішого – облікової політики самого підприємства). Основним індикатором при цьому виступає власний капітал підприємства, що визначає обсяг його чистих активів [2].

Забезпечення ефективної діяльності та прибутковості підприємства є основними завданнями капіталу. Окрім цього, капітал підприємства забезпечує виконання основних його функцій та завдань. Для успішного здійснення своєї діяльності підприємства мають бути достатньо забезпеченими фінансовими ресурсами.

Одним із найважливіших показників якості управління капіталом є ступінь оптимальності його структури. Взагалі, структура капіталу підприємства відбиває співвідношення джерел залученого і власного фінансування, необхідних для його функціонування.

Якщо частка залученого капіталу досить низька, то це означає, що підприємство не використовує додаткових джерел фінансування, його фінансові можливості є обмеженими, підприємство не здатне зробити кардинальні зміни у підприємстві. Але, з іншого боку, підприємство має невеликий показник

ризиковості, що є привабливим для майбутніх інвесторів. Головною метою управління капіталом є максимізація ринкової вартості підприємства, за рахунок чого забезпечується максимізація добробуту власників підприємства в поточному і перспективному періодах.

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 методи, 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].

У процесі управління капіталом підприємства досить важливим є здійснення аналізу ефективності його формування та використання, який є підґрунтям для виявлення напрямків підвищення рівня конкурентоспроможності.

Для дослідження ефективності використання та управління власним капіталом на підприємстві найкраще використовувати аналіз коефіцієнтів ефективності використання власного капіталу та порівняльний аналіз. За допомогою аналізу коефіцієнтів можна точніше оцінити, наскільки підприємство використовує власний капітал. Якщо при цьому використати ще й порівняльний аналіз та зіставити розраховані показники поточного року з попереднім, то вдасться проаналізувати, наскільки ефективніше підприємство в певному році використало власний капітал, ніж у попередньому[5].

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.

Варто зауважити, що на даний час виникає проблема формування та управління капіталом підприємства. В Україні більшість підприємств не застосовують наукові підходи до цього питання, і це є значною помилкою. Адже від співвідношення між власним та позиковим капіталом, ефективним управлінням капіталу залежать результати діяльності підприємства, його стан у майбутньому.

Отже, розроблення методології управління капіталом повинне ґрунтуватися на науково обґрунтованих принципах і правилах поведінки, що виражають динамічність і справедливість до мінливих умов, спланованих результатів виробничо-господарської діяльності та інтегрованість із загальною системою управління підприємством.

Висновки

Таким чином, оскільки капітал будь-якого підприємства є унікальним, то не можна говорити про єдину універсальну методiku підвищення ефективності його управління. Кожне підприємство самостійно вирішує, які обсяги капіталу потрібно залучити, яку структуру їм надати, обирає джерела фінансування та інші чинники процесу формування та управління капіталом підприємства.

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. Стецюк П.А. Стратегія і тактика управління фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств : монографія / П.А. Стецюк. – К. : ННЦ ІАЕ, 2009. – 370 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.
5. 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.

Стемблевська Олена Григорівна — студентка групи МОф-16мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: lsna.stemblevska@gmail.com

Науковий керівник: **Єпіфанова Ірина Юрївна** — кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Olena G. Stemblevska – student group MOF-16mi, Department of Management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: lsna.stemblevska@gmail.com

Supervisor: **Iryna Yu. Yepifanova** – Cand. Ec. Sci. (Eng), associate Professor of the Finance and innovative management, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia.

ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ВІННИЦЬКОГО РЕГІОНУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Метою статті є аналіз стану інвестиційної діяльності, тенденцій, потреб в інвестиціях, наявних досягненнях та існуючих проблемах залучення інвестицій у Вінницькій області.

Ключові слова: інвестиції, область, інвестиційна діяльність, інвестиційний клімат

Abstract

The article is an analysis of investment trends, investment needs, existing achievements and existing problems of attracting investments in Vinnitsa region. Perspective directions of attracting investments and generated recommendations for improvement of the investment management process areas.

Keywords: investments, state, investment activity, investment climate

Вступ

У сучасних умовах надзвичайно важливого значення набуває активізація інвестиційної діяльності, оскільки без цього неможливо здійснити прогресивне структурне зрушення в економіці та забезпечити сталий соціально-економічний розвиток держави. Інвестиційний розвиток регіону являє собою сукупність об'єктивних економічних, соціальних та природно-географічних його властивостей, що мають важливе значення для залучення інвестицій. Метою статті є визначення перспектив інвестиційного розвитку Вінницького регіону.

Результати дослідження

У сучасних умовах надзвичайно важливого значення набуває активізація інвестиційної діяльності, оскільки без цього неможливо здійснити прогресивне структурне зрушення в економіці та забезпечити сталий соціально-економічний розвиток держави. Інвестиційний розвиток регіону являє собою сукупність об'єктивних економічних, соціальних та природно-географічних його властивостей, що мають важливе значення для залучення інвестицій. Оцінка інвестиційного розвитку регіону дає нові можливості територіальної диверсифікації для національних та іноземних інвесторів, підвищує гарантію ефективності інвестицій. Вінницька область володіє значним потенціалом, зокрема: природні ресурси, трудовий, виробничий і культурний ресурс, що дозволяє розглядати регіон як об'єкт для залучення як вітчизняних, так і зарубіжних інвестицій. Оскільки методичні підходи до управління інвестиціями мають відрізнятися залежно від рівня управління та характеру об'єкта інвестування, важливим завданням у сучасних умовах є використання спеціальних методів для управління інвестиційними процесами. Зазначені обставини доводять актуальність теми даного дослідження. Дослідженням інвестиційного розвитку займаються провідні вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема, такі як: Єпіфанова І.Ю.[1], О. Г. Мітал [2], І. П. Мойсенко [3], О. В. Симканич [4] та інші.

Наукові здобутки вчених мають велике теоретичне та прикладне значення, проте приділяється недостатня увага дослідженню інвестиційного розвитку Вінницької області. Підходи до управління інвестиціями в регіоні досліджені недостатньо глибоко та комплексно, не зосереджується увага на вивченні регіональних переваг як чинника інвестиційної привабливості. Вінницька область є пріоритетним регіоном для залучення як іноземних, так і вітчизняних коштів. Обсяг прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) унесених в економіку області з початку інвестування на 1 липня 2016р. становив 190,8 млн.дол. США, на 1 липня 2015р. становив 196,4 млн.дол. США. У січні-червні 2016р. в економіку області іноземними інвесторами вкладено 3,7 млн.дол. США прямих інвестицій (акціонерного капіталу). Зменшення капіталу за цей період становить 0,7 млн. дол., у тому числі за рахунок курсової різниці 0,4 млн. дол. Інвестиції надійшли з 50 країн світу. Переважна більшість інвестицій (78,3% загального обсягу акціонерного капіталу) надійшла з країн ЄС – 149,4 млн. дол., з

інших країн світу – 41,4 млн. дол. (21,7%). За обсягом прямих іноземних інвестицій область займає 20 місце серед регіонів України.

Вагому частку (44,4%) іноземного капіталу зосереджено у м. Вінниці – 84,8 млн. дол. Також, значні обсяги іноземних інвестицій зосереджено у Козятинському районі – 20,8 млн. дол. (10,9%), Немирівському – 14,4 млн. дол. (7,5%) та Барському – 8,8 млн. дол. (4,6%). Серед інших регіонів області провідні місця за обсягами іноземних інвестицій утримують: м. Ладижин, м. Козятин та Тульчинський, Липовецький, Вінницький, Тиврівський райони [5].

Але інвестиційна привабливість Вінницького регіону не стоїть на місці, так в 2016 році в м. Вінниця був створений Вінницький індустриальний парк, метою якого є залучення інвестицій в економіку обласного центру, забезпечення сприятливих умов для функціонування та розвитку промислових підприємств, поліпшення інвестиційного іміджу міста, забезпечення економічного розвитку та підвищення конкурентоспроможності території, створення нових робочих місць, збільшення надходжень до всіх рівнів бюджету, розвитку сучасної виробничої та ринкової інфраструктури. Функціонування індустриального парку дозволяє концентрувати промислове виробництво на обмежених площах за межами житлових, історико-культурних та рекреаційних територій. Перший інвестиційний проект розміщений на території Вінницького індустриального парку – «Будівництво заводу по виробництву холодильного обладнання компанії UBS Group». Проектна вартість – 350 млн. грн. Також в області сформовано перелік понад 100 інвестиційно привабливих ділянок типу «greenfield» та понад 50 типу «brownfield» [6].

Загальна потреба в інвестиціях під реалізацію пріоритетних напрямків стратегії розвитку області, на підставі опрацьованих районами та галузевими управліннями проектів на 2013–2020 роки, складає 31,6 млрд грн., з них: 1. Об'єкти соціальної інфраструктури (освіта, охорона здоров'я, культура, інші галузі): проекти з кошторисною вартістю більше 1 млн грн. складають за пропозиціями галузевих управлінь та райдержадміністрацій 926,4 млн грн.; проекти з кошторисною вартістю менше 1 млн грн. райдержадміністраціями надано пропозиції на орієнтовну суму 77,3 млн грн. Дані проекти соціальної спрямованості будуть реалізовуватися із залученням коштів як державного, так і місцевого бюджету. 2. На будівництво магістральних газопроводів - відводів та газових мереж в населених пунктах планується залучити кошти місцевих та державного бюджетів в обсязі більше 1,4 млрд грн. 3. Реалізація інвестиційних проектів, спрямованих на розв'язання проблем в житлово-комунальній сфері – 996,5 млн грн. 4. На утримання, будівництво, ремонт та реконструкцію доріг комунальної власності планується майже 3,3 млрд грн. На утримання, ремонт та реконструкцію доріг загально- го користування місцевого значення планується майже 4,46 млрд грн. 5. Реалізація інвестиційних проектів до 2020 року, спрямованих на розв'язання проблем в агропромисловому комплексі Вінницької області – 13,2 млрд грн. 6. Реалізація інвестиційних проектів до 2020 року, спрямованих на розв'язання проблем охорони навколишнього природного середовища – 575,4 млн грн [7].

Вінницька область має високий потенціал, на основі якого можна виділити наступні причини інвестувати у Вінницький регіон:

- 1) вигідне географічне розташування;
- 2) сприятливий бізнес клімат та надання спрощених і якісних адміністративних послуг;
- 3) репутація області як надійного і стабільного партнера;
- 4) розвинений та диверсифікований промисловий сектор економіки;
- 5) високий розвиток АПК та наявність потенціалу для подальшого росту;
- 6) наявність стартових майданчиків для реалізації інвестиційних проектів;
- 7) високий науковий потенціал та найкращі висококваліфіковані кадри;
- 8) велика кількість розвідних корисних копалин промислового значення;
- 9) різноманітність культурного та туристичного відпочинку;
- 10) наявність ексклюзивних рекреаційних ресурсів [6].

Висновок

Отже, до потенційних можливостей Вінницького регіону належать природні ресурси, найбільшим з яких є високоякісні орні землі, економічний, виробничий та туристично- рекреаційний потенціал, інфраструктура, яка забезпечує доволі зручну доступність до регіону. Попри це, подальший розвиток регіону найбільше залежатиме від ефективності використання найвагомішого капіталу, яким є людські

ресурси, а також здатності розвинути науково-технічний потенціал та інтегрувати його у виробничі процеси.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Спіфанова І.Ю., Войнаренко М.П. - Управління інвестиційною діяльністю промислових підприємств : монографія / М. П. Войнаренко, І. Ю. Спіфанова // Вінниця : ВНТУ, 2011. – 188 с.
2. Мітал О. Г. Інвестиційна діяльність регіонів на сучасному етапі розвитку економіки/ О.Г. Мітал // Інвестиції: практика і досвід. — 2013. — № 1. — С. 13.
3. Мойсеєнко І. П. Інвестування : навч. посіб. / І. П. Мойсеєнко// К. : Знання, 2012. — 490 с.
4. Симканич О. В. Формування ефективної стратегії розвитку інвестиційного клімату регіону / О. В. Симканич // Регіональна бізнес-економіка та управління. — 2013. — № 2 (14). — С. 114—115.
5. Про стан іноземного інвестування економіки області. — Режим доступу: <http://www.vous.vin.ua/index.php/2010-11-23-13-52-20/2012-05-29-12-14-25/pres2016/257-pres-serpen-2016/4296-----2016-.html>
6. 10 причин інвестування у Вінницьку область. — Режим доступу: <http://vininvest.gov.ua/assets/uploads/%D0%9A%D0%B0%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D0%B32016.pdf>
7. Вінницька обласна державна адміністрація. — Режим доступу: <http://www.vin.gov.ua/>

Слободянюк Олександр Едуардович – студент групи МОф-13, факультету менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: shurka94@ukr.net

Науковий керівник: **Міронова Юлія Володимирівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Alexander E. Slobodianiuk - student MOF-13, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: shurka94@ukr.net

Supervisor: **Yulia V. Mironova** – Candidate of Economic Sciences, docent Department of Finance and Innovation Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.

СИСТЕМА РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуті актуальні проблеми розвитку системи професійної підготовки та підвищення конкурентоспроможності трудового потенціалу. Проаналізовано роль впливових чинників, які підсилюють значення професійної підготовки робітничих кадрів в сучасних економічних умовах.

Ключові слова: професійна підготовка, робітничі кадри, якість робочої сили, безперервна професійна підготовка.

Abstract

Actual problems of development of vocational training and competitive labor potential. The role of influential factors which increase the importance of training the workforce in the current economic conditions.

Keywords: training, working staff, quality workforce, continuous professional training.

Вступ

Основною складовою підвищення ефективності економіки є всебічний розвиток трудового потенціалу. Це головна складова національного багатства і рушійна сила суспільного розвитку країни. Світовою практикою доведено, що інвестиції в трудовий потенціал - найефективніші. Саме цим зумовлюється нова якість економічного зростання, яка утвердилася за останні десятиріччя в розвинених країнах. У Західній Європі цей компонент забезпечує близько 75% приросту національного багатства.

Базова передумова розвитку трудового потенціалу в Україні полягає в розробленні та реалізації широкомасштабної довгострокової стратегії модернізації всієї системи професійної підготовки кадрів, наближення її якості до стандартів ЄС, потреб внутрішнього розвитку держави та суспільства, ринкової економіки. Потрібно сформувати таке середовище, у якому позиції кожної людини, її суспільний статус визначалися б передусім рівнем освіченості, набутими знаннями і вмінням застосовувати їх на практиці.

Швидкі темпи структурних зрушень у сучасній економіці, старіння знань, здобутих у процесі первинної професійно-освітньої підготовки, зумовлюють необхідність запровадження системи безперервної освіти та освіти протягом життя на основі зв'язку між всіма ланками освіти, а також оптимізації системи перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів.

Результати дослідження

Сучасне ринкове середовище та прискорення темпів оновлення техніки і технології, в умовах інноваційного розвитку виробництва, потребують наявності робітничих кадрів високої кваліфікації, здатних швидко адаптуватися до змін навколишнього середовища та спроможних постійно перенавчатися та підвищувати свій рівень кваліфікації. Це в свою чергу сприяє впровадженню інноваційних технологій на сучасних підприємствах, підвищення продуктивності праці та випуску конкурентоспроможної продукції.

Трансформація виробництва потребує трансформацію робітничих кадрів, робітників широкого профілю по рівню необхідних професійних знань, які наближаються до технічних спеціалістів, здатних володіти суміжними професіями та з постійною готовністю до перепідготовки.

Фундаментальні положення концепції людського розвитку є основою для розроблення індексу розвитку людського потенціалу (ІРЛП) або в літературі його представляють ще і як індекс людського розвитку (ІЛР). Цей індекс виступає інтегрованою оцінкою цивілізованості країни. Він агрегує індекс очікуваної тривалості життя, освітній індекс та індекс ВВП на душу населення за

паритетами національних валют. З 2012 р. середньосвітовий ІЛР зріс на 23%, що відбиває загальносвітові тенденції стосовно показників тривалості життя, розвитку освіти та зростання доходів, хоча ця тенденція характеризується нерівномірністю та великою варіативністю для різних країн [1].

Стандартні програми підготовки робітничих кадрів не здатні в певній мірі задовольнити мінливі вимоги ринку праці. Інновації пронизують усі сфери життя, постійно змінюючи попит на різні професії і самі професії зокрема. Тому підготовку не можна закінчити після п'ятого року університету, або 2-3 років професійно-технічного навчального закладу, вона має тривати і надалі. Саме випереджальний розвиток професійної підготовки кадрів стає важливим фактором конкурентоспроможності фахівця на ринку праці, та вимагає безперервного та адаптивного характеру проведення.

Слід зазначити, що система професійної підготовки працівників безпосередньо на виробництві в Україні, зокрема система підвищення кваліфікації, упродовж останніх 10–15 років руйнувалася. Якщо на початку 90-х років щороку, підвищували свою кваліфікацію в середньому близько 3 млн. осіб, то в останні роки – лише близько 1 млн. працюючих, при цьому підвищення кваліфікації проходить в середньому один раз в 13-15 років. Тоді як у країнах ЄС аналогічний показник становить близько п'яти років, в Японії – від 1 до 1,5 року, в Росії – 7,8 року.

В Україні, на сьогоднішній день, за офіційними даними [2], відбувається падіння престижності трудової діяльності та існує відтік професійних кадрів з промислових підприємств, тільки 5% працівників які працюють на підприємствах мають вищу кваліфікацію, тоді як в США їх частка складає 43%, а в Німеччині - 34%. А за прогнозом до 2020 року потреба в робочих кадрах на вітчизняних підприємствах буде забезпечена лише на 45%. Як свідчить досвід розвинутих країн, саме якість професійної підготовки кадрів, перш за все, впливають на зростання ВВП країни. Практично 25% робітничих кадрів, в цих країнах, сьогодні зайнято у сфері інноваційних технологій. У США 8% робітничих кадрів створюють понад 20% ВВП, а на підвищення професійного рівня свого трудового потенціалу країна витрачає близько 40% від загальносвітових витрат [3].

Система професійної підготовки кадрів має виконувати соціальні (опанування професії) та економічні функції (розвиток трудового потенціалу суспільства, відтворення робочої сили необхідної кваліфікації).

Таким чином основними причинами удосконалення системи професійної підготовки робітничих кадрів та переходу до реалізації системи безперервної професійної підготовки є:

- підвищення ролі працівника в сучасному виробництві;
- науково-технічний і соціальний прогрес, інформаційні та інноваційні процеси, змінюючи взаємини виробництва, науки і освіти, роблять знання та освіта найважливішою функцією виробництва;
- зміни в характері і змісті праці, його функцій;
- швидке старіння науково-технічної інформації, що не дозволяє дати робітнику всі професійні знання одноразово і на тривалий термін;
- підвищення конкурентоспроможності робочої сили, її професійного рейтингу не тільки на внутрішньому, але й на зовнішньому ринку.

Зацікавленість учасників ринку праці в впровадженні безперервної професійної підготовки на виробництві, на нашу думку, може бути реалізований у спосіб для:

- роботодавця - через мінімізацію термінів підготовки, мінімізацію затрат на підготовку, максимальною наближеністю до місця роботи кадрів, відсутністю необхідності виділення житла та інше;
- працівника - через мінімізацію строків підготовки, адресне навчання, максимальною наближеністю до місця проживання, навчання та роботи;

Висновки

Аналіз ситуації щодо випереджального розвитку професійної підготовки кадрів в Україні дозволив зробити наступні висновки:

1. Застарілість матеріально-технічної бази системи професійно-технічної підготовки кадрів, неможливість її швидкого оновлення в перспективі можуть забезпечити підготовку лише простих

робітничих професій, тоді як інноваційний розвиток економіки України потребує висококваліфікованих робітничих кадрів.

2. Розробка механізму безперервної професійної підготовки кадрів, з застосуванням концепції модульної підготовки, сертифікату компетенції, адресності, швидкості, підготовки під конкретне робоче місце та за умови використання матеріально-технічної бази сучасних підприємств, сприятимуть інноваційному розвитку економіки в контексті інтеграції України до вимог ЄС.

3. Необхідність реалізації системи безперервної професійної підготовки пов'язана з тими інноваційними процесами які відбуваються як на ринку праці, так і в системі підготовки кваліфікованих робітничих кадрів, а саме:

- швидкість та гнучкість щодо оновлення трудових навичків робітника на виробництві;
- відповідність професійної підготовки робітничих кадрів потребам виробництва;
- підвищення конкурентоспроможності та "інноваційності" робітничих кадрів на базі компетентнісного підходу;
- надання додаткових можливостей працевлаштування робітникам, які пройшли підготовку та перепідготовку на базі сучасних технологій професійної підготовки.

Наявність дисбалансу, між існуючою системою професійної підготовки робітничих кадрів та наявними потребами виробництва в кваліфікованих кадрах під конкретне робоче місце, потребує нових дій як з боку держави, так і з боку роботодавців та подальших наукових розробок в цьому напрямку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Human Development Report 2015. 20th Anniversary Edition. The Real Wealth of Nations: Pathways to Human Development. Published for the United Nations Development Programme (UNDP) [Електронний ресурс]. – N. Y., 2016. – Режим доступу: <http://hdr.undp.org>.

2. Продуктивні сили України: науково-теоретичний економічний журнал (2016р.) [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.rvps.kiev.ua.

3. Конференція роботодавців України 2015 “Стратегічне партнерство Міністерства освіти і науки України з роботодавцями” [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.conf.eu.org/ua/presscentr/news.html/publist_start.

Коваль Наталія Олегівна — канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет

Koval Natalia O. — Cand. Sc., Assistant Professor Department of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

МІСЦЕ КОНТРОЛІНГУ В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі досліджується поняття контролінгу та його місце в системі антикризового управління підприємством. Визначено суть, основні завдання та функції контролінгу.

Ключові слова: контролінг, антикризове управління, кризовий стан підприємства.

Abstract

The paper explores the concept of controlling and its place in the system of crisis management. Define the essence, main tasks and functions of controlling.

Key words: controlling, crisis management, crisis state of an enterprise.

Вступ

Безперечною умовою удосконалення методів антикризового управління підприємством є ефективне використання внутрішніх його можливостей, а саме створення системи управління, яка могла б своєчасно виявляти, контролювати, аналізувати відхилення, планувати та здійснювати внутрішній консалтинг, інформувати керівництво про стан підприємства. Одним із засобів налагодження такої системи може стати впровадження контролінгу. В період нестабільної економіки контролінг дозволяє здійснення відповідних заходів для забезпечення підприємству стабільності та довгострокові перспективи.

Метою статті є дослідження необхідності та можливостей упровадження контролінгу в систему антикризового управління підприємством.

Основна частина

Ринок у сучасних умовах постійно припускає ускладнення орієнтації підприємства, що призводить не лише до зростання ролі управління ним, а й до кращих змін в управлінській структурі. Керівником у таких умовах повинен запобігти кризовій ситуації та не допустити банкрутства. Контролінг на підприємстві на етапах стратегічного і оперативного управління являє собою систему забезпечення виживаності.

Контролінг – система інструментів та методів, що спрямована на функціональну підтримку менеджменту підприємства і охоплює інформаційне забезпечення управління, його планування, мотивацію організації взаємодії, і контроль, яка орієнтована на подальший розвиток, своєрідний механізм саморегулювання, що забезпечує зворотній зв'язок у контурі управління підприємством[1].

Для підприємств, що знаходяться у стані фінансової кризи постає необхідність запровадження контролінгу. Фінансова криза є загрозою неплатоспроможності та банкрутства. Контролінг в антикризовому управлінні розглядається, як управління організацією, яке попереджує або пом'якшує кризові ситуації у діяльності підприємства. Також контролінг дозволяє утримувати функціонування організації в режимі виживання в період кризи та виводити її з кризового стану з мінімальними витратами [2].

В управлінській системі розуміння концепції контролінгу може бути досягнуто при реалізації наступних завдань [3]:

- розуміння концептуальних основ контролінгу;
- визначення границь перетинання оперативного і стратегічного контролінгу;
- вивчення стадії управлінського циклу і визначення місця контролінгу в системі управління;
- установлення взаємозв'язку контролінгу з функціями управління і визначення напрямів орієнтації контролінгу на типи управлінських рішень.

В системі забезпечення ефективного управління під час кризових ситуацій О. О. Терещенко виділяв декілька завдань контролінгу [4]:

- збір і аналіз внутрішньої та зовнішньої інформації щодо об'єкту контролінгу;
- виявлення та ліквідація «слабких місць» учасників групи;
- забезпечення постійного аналізу і контролю за ризиками у фінансово-господарській

діяльності;

- виявлення резервів зниження собівартості продукції та надання фінансових послуг;
- забезпечення ведення консолідованого бухгалтерського обліку учасників інтеграції;
- розроблення стратегії розвитку та координація роботи з планування;
- аналіз відхилень фактичних показників діяльності від запланованих, на підставі якого вносять пропозиції щодо коригування планів.

Функціонування контролінгу забезпечується шляхом послідовної реалізації її концепції. Концепція являє собою систему поглядів на визначені явища, спосіб розуміння, трактування, основна ідея якої-небудь теорії. То правильне формування концепції дозволить оптимізувати рух інформаційних потоків, пов'язаних з формуванням витрат і доходів з метою вироблення альтернативних варіантів управлінських рішень на підприємстві.

Для стабільної діяльності підприємства слід виконувати такі функції контролінгу [5]:

- регулювання інформаційних потоків;
- координацію процесу планування;
- планування фінансово-господарської діяльності та розробка фінансової стратегії підприємства;
- аналіз відхилень фактичних показників діяльності від запланованих;
- розробка заходів для нейтралізації ризиків для фінансово-господарської діяльності та забезпечення постійного аналізу та контролю;
- надання консультацій і рекомендацій керівництву підприємства у процесі розробки фінансової стратегії нових продуктів, планування і розробки;
- проведення внутрішнього аудиту та координація діяльності;
- нормування витрат;
- розробку заходів щодо покращання роботи на підставі інформації про відхилення від норм.

Адаптуватися до постійних змін в середовищі та успішно виживати в умовах конкуренції підприємству дозволяє контролінг. Для виживання підприємства адаптація привчає до здатності розвитку, трансформації елементів господарської діяльності та системи управління в такому напрямку.

Для наполегливого і тривалого виживання підприємства потрібно перейти від пасивної реєстрації господарської діяльності до систем обліку, які дозволяють забезпечити дані для свідомого аналізу та оцінки своєї позиції у змінному оточенні.

Підприємство функціонує в ускладнених умовах навколишнього середовища і це вимагає посиленої системи контролю за його діяльністю. Ознакою адаптації підприємства є отримання позитивного результату фінансової діяльності. Орієнтація на прибуток показує, що підприємство демонструє свою волю вистояти, долаючи зміни, часто небажані, у навколишньому середовищі.

В інформаційній системі управління, що обслуговує процес прийняття управлінських рішень контролінг являється лише підсистемою. Контролінг розглядається як концепція управління підприємством, яка орієнтована на його тривале і ефективне функціонування у господарських умовах, що постійно змінюються [6-7].

Так як контролінг є не досить вдосконаленою системою в антикризовому управлінні, то потребує періодичних вдосконалень та впроваджень, зокрема, вдосконалення систем оперативного реагування на кризові явища, створення окремих підрозділів контролінгу на підприємстві, розроблення системи раннього попередження і реагування на кризові ситуації на підприємстві, використання методів контролінгу в антикризовому управлінні підприємством.

Висновок. Контролінг спрямований на функціональну підтримку антикризового менеджменту. Контролінг в системі антикризового управління – це система методів та інструментів забезпечення підтримки прийняття управлінських рішень, планування і контролю за нестабільних умов діяльності підприємства в ході виконання службами контролінгу своїх функцій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Брітченко І. Г. Контролінг : навч. посіб. / І. Г. Брітченко, А. О. Князевич. – Рівне : Волинські обереги, 2015. – 280 с.
2. Гуменник В. І. Менеджмент організацій : навч. посіб. / В. І. Гуменник, Ю. С. Копчак, О. С. Кондур. – К. : Знання, 2012. – 503 с.

3. Гребець О. Б. Контролінг як сучасна система управління [Текст] / О. Б. Гребець // Економіка та держава. – 2009. – № 12. – С. 71-72.
4. Терещенко О. О. Фінансова санація та банкрутство підприємств: навч посіб. / О. О. Терещенко. – К.: КНЕУ, 2012. – 412 с.
5. Біломістна І.І. Антикризове фінансове управління підприємством в сучасних умовах господарювання / І. І. Біломістна, О. М. Біломістний, М. С. Крамська // Фінансово кредитна діяльність: проблеми теорії і практики: зб. наук. праць. – 2013. – № 1 (14). – С. 90-96.
6. Важинський Ф. А. Сутність антикризового фінансового управління підприємством / Ф. А. Важинський, А. В. Колодійчук // Економіка промисловості. – 2009. – № 5. – С. 127-130.
7. Управління інноваційною, інвестиційною та економічною діяльністю інтегрованих об'єднань та підприємств / за заг. ред. Л. М. Савчук - Дніпропетровськ. – 2016. – 520 с.

Оранська Наталія Олександрівна — студентка групи МОФ-16мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: oran4uk@ukr.net

Науковий керівник: **Єпіфанова Ірина Юрївна** — кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Nataliia O. Oranska - student group MOF-126mi, Department of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: oran4uk@ukr.net

Supervisor: **Irina Yu. Yepifanova** — Cand. Ec. Sci. (Eng), Assistant Professor of Finance and innovative management, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто теоретичні положення ресурсного забезпечення діяльності підприємства. Визначено, що досягнення бажаних фінансових результатів неможливо досягти без формування системи (механізму) управління ресурсним забезпеченням діяльності підприємства.

Ключові слова: ресурси, ресурсне забезпечення, управління ресурсним забезпеченням.

Abstract

The theoretical position of resource support of the company. Determined that achieve desired financial results can not be achieved without forming system (mechanism) management software resource of the company.

Keywords: resources, resource support, management resourced.

Вступ

Ефективність діяльності підприємства залежить від багатьох чинників, серед яких одним із основних є ресурсне забезпечення в розрізі його якісних та кількісних параметрів. В умовах обмеженості ресурсів, важливим є максимальне використання внутрішніх резервів підприємства на основі виявлення та усунення проблем ресурсного забезпечення його діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання ресурсного забезпечення діяльності підприємства було відображено у працях вчених, зокрема у А. Чорна[1], Н. Богоцька[2], К. Кузнєцова[3], Т. Безверхнюк [4], В. Алькема [5], О. Ляшенко [6], О. Кремінь [7] та інших.

Метою роботи є дослідження структури та сутності ресурсного забезпечення діяльності підприємства.

Результати дослідження

Для здійснення цілей підприємництва кожне підприємство повинне мати необхідні економічні ресурси.

Ресурсне забезпечення підприємства – це комплекс заходів по забезпеченню підприємства ресурсами відповідного виду і складу, що включає механізми пошуку, отримання, зберігання, накопичення, планування, обліку, використання і витрат.

Ресурсне забезпечення є основою успішної діяльності будь-якої організації. Проте для виробничих підприємств даний фактор відіграє іноді визначальну роль, оскільки зв'язаний із мірою задоволення потреб населення. В складі ресурсного забезпечення діяльності виробничих підприємств найчастіше розрізняють матеріальні, трудові і фінансові ресурси.

Для ефективного розвитку однією з необхідних умов є наявність ресурсів, які задіяні в процесі діяльності підприємства. Ресурси є фактором внутрішніх резервів, ефективне використання яких дає змогу забезпечувати як потреби підприємства зокрема, так і потреби суспільства загалом. Значення та вплив ресурсів на ефективність роботи підприємства визначається роллю, яку відіграє ресурс для досягнення цілей підприємства, можливостями його заміни, рівнем впливу ціни на окремі ресурси та оцінюється системою показників, що характеризують ефективність використання ресурсів підприємства та визначають їх вплив на кінцеві результати діяльності.

Не менш важливим для ефективного функціонування підприємства є формування і раціональне використання ресурсного забезпечення для кожної сфери його управлінської діяльності, в умовах динамічних змін, що характерне для сучасних організацій.

Ефективне ресурсне забезпечення в умовах динамічних змін залежить від дії багатьох чинників. В першу чергу від раціонального та економічно виправданого використання ресурсів, впровадження передових досягнень та нових технологій. По-друге інноваційної діяльності підприємства та структурного співвідношення ресурсів, необхідних для розвитку підприємств.

Таблиця 1- Тракткування поняття «ресурсне забезпечення» окремими авторами

Автор	Ресурсне забезпечення – це
О. Кремінь[7]	сукупність певних видів ресурсів (матеріальних, технологічних, трудових, фінансових, інформаційних, інтелектуальних) і джерел їх формування, що беруть безпосередню участь у процесах розвитку підприємства або можуть бути мобілізовані з метою забезпечення широкомасштабного використання його потенційних можливостей та переходу до якісно нового стану.
А. Чорна[1]	процес пошуку, залучення та використання різних видів ресурсів; складна система, яка включає в себе сукупність послідовних, взаємопов'язаних етапів, систематизованих до цих завдань методик, методів, моделей, які дають можливість обґрунтувати, вибрати спосіб ресурсного забезпечення та оцінити ефективність обраного способу
Т. Безверхнюк[4]	система державних заходів, спрямованих на створення матеріальних, правових, інституційних умов перетворення елементів ресурсного простору в засоби досягнення цілей
К. Кузнецова[3]	це можливість підприємства забезпечити свою діяльність необхідною кількістю та набором ресурсів для досягнення позитивного економічного ефекту в певний момент часу

Структура ресурсного забезпечення для кожної організації є індивідуальною, виходячи зі специфіки галузі, в якій вона функціонує, рівня економічного розвитку, стану потенціалу розвитку, вибраної стратегії подальшого розвитку.

Здійснення ресурсного забезпечення має ґрунтуватися на наступних принципах:

1. Автономність – можливість повністю забезпечити виробництво ресурсами або звести залежність від постачальників до мінімуму.
2. Безперервність – забезпечення ритмічності виробництва та зменшення простоїв.
3. Відповідність – наявні ресурси мають забезпечити виконання поставлених цілей і мети.
4. Адаптивність (гнучкість) – реагування на зміни і вплив факторів зовнішнього і внутрішнього середовища.
5. Плановість – має здійснюватися з урахуванням певної складеної програми розвитку на підприємстві.
6. Цілеспрямованість – ресурси мають залучатися тільки на досягнення поставлених завдань і виконання поставлених цілей і задач функціонування.
7. Ресурсозбереження – ощадливе використання ресурсів, які не підлягають відтворенню, використання енергозберігаючих технологій.

Висновки

Отже, проведений аналіз наукових праць, дозволяє зробити висновок, що ресурсне забезпечення підприємства можна розглядати як сукупність ресурсів необхідних підприємству для своєчасного задоволення потреб виробництва та забезпечення його ритмічності протягом всього операційного циклу. З метою формування ефективної системи ресурсного забезпечення на підприємстві в межах загальної системи менеджменту має бути створена дієва підсистема управління ресурсним забезпеченням діяльності підприємства, яка в кінцевому результаті забезпечить ефективність господарської діяльності суб'єкта господарювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Чорна А. Структура ресурсного забезпечення економічної безпеки підприємства/ А. Чорна//Вісник Хмельницького національного університету. – 2009 р. – № 4. – Т. 1. – С. 93
2. Богацька Н. Ресурсне забезпечення діяльності підприємства в сучасних умовах господарювання / Н. Богацька, О. Швець [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://intkonf.org/ken-dotsbogatska-nm-shvetsoiresursne-zabezpechennya-diyalnosti-pidpriemstva-v-suchasni-umovah-gospodaryuvannya>.

3. Кузнєцова К.О. Ресурсне забезпечення потенціалу конкурентоспроможності енергогенеруючих підприємств: дисерт. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 – «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / К.О. Кузнєцова. – К., 2009. – 17 с.

4. Безверхнюк Т. Принципи ресурсного забезпечення регіонального управління [Електронний ресурс] // Т. Безверхнюк. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Apdu_o/2009_1/R_1/Bezverhruk.pdf

5. Алькема В.Г. Ресурсний потенціал системи економічної безпеки суб'єкта логістичної діяльності / В.Г. Алькема, Г.М. Пазєєва // Вчені записки Університету «КРОК». – 2013. – Випуск 33. – С. 200.

6. Ляшенко О.М. Підходи до ресурсного забезпечення економічної безпеки підприємства / О.М. Ляшенко, А.М. Горбачова // Економіка. Менеджмент. Підприємництво / Східноукраїнський національний ун-т. ім. В. Даля. — Луганськ, 2006. – № 16/2. – С. 69 – 75.

7. Кремінь О.М. Ресурсне та організаційне забезпечення ефективного розвитку підприємств (за матеріалами цукрових заводів України) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 – «Економіка та управління підприємствами» / О.М. Кремінь. – К., 2009. – 21 с.

Никодюк Ірина Олександрівна – студентка групи Моф-13, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail : nikodyuk.ira@gmail.ru

Науковий керівник : **Міронова Юлія Володимирівна** – к. е. н., доц. кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Irina Nikodyuk- student MOF-13, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail : nikodyuk.ira@gmail.ru

Supervisor: **Yulia V. Mironova** – Candidate of Economic Sciences, docent Department of Finance and Innovation Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Визначено сутність фінансової діяльності. Досліджено стан кондитерської галузі України. Визначено особливості фінансової діяльності підприємств кондитерської галузі

Ключові слова: фінанси, фінансова діяльність, прибуток, фінансові результати

Abstract

The essence of financial activity is defined. The condition of confectionery branch of Ukraine is investigated. Features of financial activity of the enterprises of confectionery branch are defined

Keywords: finance, financial activity, profit, financial results

Вступ

В сучасних умовах ринок кондитерських виробів інтенсивно розвивається в Україні. Неухильно зростає попит на солодощі серед населення, підвищуються вимоги до якості та безпеки харчових продуктів, з'являються нові види товарів. Одним із актуальних завдань для підприємств галузі є формування та утримання стійких позицій як на вітчизняному, так і на міжнародних ринках. Це досягається за рахунок формування високоефективної системи управління зовнішньоекономічною діяльністю. У зв'язку із цим, підприємствам потрібно вжити заходів щодо ефективного управління фінансовою діяльністю.

Питання, пов'язані із оцінкою фінансової діяльності неодноразово піднімалися такими вченими як Л. С. Мартюшева, В. І. Аранчій, Г. М. Азаренкова, М. М. Бердар, А. Г. Загородній, І. В. Зятковський, В. М. Опарін, А. М. Поддєрьогін, О. О. Терещенко.

Метою даної роботи є узагальнення особливостей управління фінансовою діяльністю підприємств кондитерської галузі.

Результати дослідження

На сьогодні в літературі існують різні підходи до визначення сутності поняття «фінансова діяльність». Згідно з ПС(Б)О 1 це діяльність, яка призводить до змін розміру і складу власного та позикового капіталів підприємства [1]. В свою чергу в Господарському кодексі України фінансовою діяльністю визначається діяльність, яка включає грошове та інше фінансове посередництво, страхування, а також допоміжну діяльність у сфері фінансів і страхування [2].

Ефективна організація фінансової діяльності залежить від своєчасної мобілізації фінансових ресурсів, раціонального розподілу отриманих прибутків у процесі виробничо-господарської діяльності, ви конання власних фінансових зобов'язань, зобов'язань перед іншими суб'єктами господарювання та перед державою в цілому.

Основними завданнями фінансової діяльності підприємства виступають [3]:

- облік фінансових результатів;
- підвищення рентабельності підприємства;
- підвищення платоспроможності підприємства;
- виконання власних зобов'язань;
- забезпечення господарської та виробничої діяльності;
- контроль за цільовим використанням коштів підприємства;
- контроль виробничо-господарської діяльності;
- складання прогнозів на майбутнє;
- організація роботи фінансової служби (якщо така передбачається).

На українському ринку кондитерських товарів діють декілька великих світових концернів – американські Western NIS Enterprise Fund (концерн «А.В.К.»), «Kraft Foods» (ПАТ «Крафт Фудз Україна» – тростянецька кондитерська фабрика «Україна» з торговою маркою «Корона») і Sigma Bleizer (ПАТ «Полтавакондитер»); швейцарська Nestle (ПАТ Львівська кондитерська фірма

«Світоч»), Trilini International (ПАТ кондитерська фабрика «Харків'янка»). Інші фабрики і компанії в більшості належать колективам підприємств і українським інвесторам. Це такі відомі підприємства і фірми, як кондитерська корпорація «Рошен», ПАТ ВО «Конті», концерн «Топ-транс» («Черкаська бісквітна фабрика» з торговою маркою «Світ Ласошів») [4].

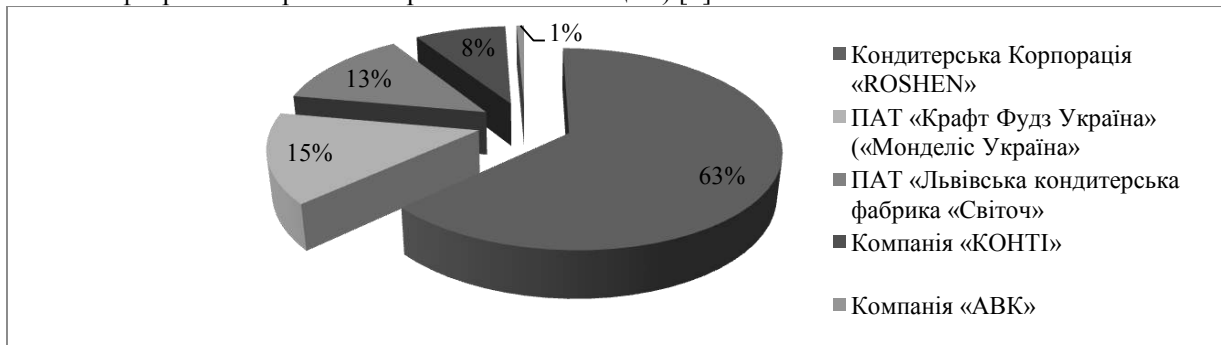


Рис. 1. Структура ринку кондитерських виробів України за основними виробниками в 2015 році (складено за даними [5])

З рис. 1 видно, що найбільшу частку ринку серед лідерів займає корпорація «Рошен», а найменшу – Компанія «АВК».

Досить ефективно характеризує діяльність вітчизняних підприємств кондитерської галузі й те, що три компанії незмінно займають позиції у світовому рейтингу Топ-100 підприємств кондитерської галузі. Candy Industry оцінює підприємства за обсягами чистих продаж, кількістю працівників та кількістю фабрик.

Таблиця 1 – Українські кондитерські компанії в ТОП-100 підприємств світу кондитерської галузі в 2017р., за даними Candy Industry (складено за даними [6])

Підприємство	Місце в ТОП-100	Чисті продажі, млн. дол.	Кількість працівників	Кількість фабрик
Корпорація «Рошен»	24	800	10000	8
Група «Конті»	43	469	3792	5
Кондитерська компанія «АВК»	67	275	3500	3

Такі результати свідчать про те, що підприємства кондитерської галузі досить ефективно здійснюють свою діяльність.

Головною метою управління зовнішньоекономічної діяльністю є дослідження особливостей сучасних тенденцій розвитку зовнішнього середовища, в якому діє підприємство, і створення на цій основі власних конкурентних переваг. Концепція управління повинна полягати в спрямованості на досягнення стратегічних цілей підприємства, яким повинна бути підпорядкована вся система управління зовнішньоекономічною діяльністю.

Створення і функціонування системи управління зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві вимагає :

- існування необхідних ресурсів і необхідних навичок зі стратегічного планування діяльності підприємства на зовнішньому ринку;
- ефективну систему аналітичного та інформаційного забезпечення управління діяльністю;
- кваліфікований персонал, здатний засвоювати нові знання та інновації, що допомагають створити конкурентні переваги для підприємства [7].

Крім того, наявні певні проблеми, з якими доводиться зіштовхуватись підприємствам кондитерської галузі, зокрема такими як:

- суттєве зростання цін на енергоресурси;
- проблеми, пов'язані з російським ринком збуту;
- проблеми, пов'язані з пакуванням кондитерської продукції.

Для їх розв'язання підприємствам варто звернути увагу на європейські ринки збуту, що вимагає підвищення якості продукції, її сертифікацію відповідно до світових норм, покращення рівня менеджменту.

Для подальшого покращення фінансової діяльності підприємствам потрібно збільшувати обсяги зовнішньоекономічної діяльності, активно впроваджувати інноваційні ресурсозберігаючі технології.

Висновки

Отже, на підприємствах кондитерської галузі досить ефективно здійснюється управління фінансовою діяльністю. Для подальшого покращення фінансової діяльності та подолання існуючих в галузі проблем підприємствам потрібно збільшувати обсяги зовнішньоекономічної діяльності, активно впроваджувати інноваційні ресурсозберігаючі технології.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Загальні вимоги до фінансової звітності: Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 1 [Електронний ресурс]: від 07.02.2013 № 73. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
3. Левицька С. О. Організація фінансової діяльності підприємства як об'єкта бухгалтерського обліку / С. О. Левицька, І. П. Панчук // Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Економіка. - 2013. - Вип. 23. - С. 339-343.
4. Єпіфанова І. Ю. Напрямки забезпечення конкурентоспроможності підприємств кондитерської галузі в Україні / Єпіфанова І. Ю., Гайдей М. О. // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – №23. – С. 53-57.
5. Офіційний сайт Державного комітета статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Офіційний сайт Candy Industry [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.candyindustry.com/2017-Global-Top-100-Part-1>
7. Кузьміна О. В. Економічна оцінка діяльності підприємства, що працює на зарубіжних ринках [Електронний ресурс] / О. В. Кузьміна // Ефективна економіка. – 2016. – № 12. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5354>

Рожик Яна Василівна — студентка групи МОф-13, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: yanarozhuk1996@gmail.com

Науковий керівник: **Коваль Наталія Олегівна** — кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Yana V. Rozhik – student group MOF-13, Department of Management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: yanarozhuk1996@gmail.com

Supervisor: **Natalia O. Koval** – candidate of economic Sciences, associate Professor of the Finance and innovative management, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia.

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Визначено сутність понять «фінансові ресурси», досліджено етапи і завдання ефективного управління фінансовими ресурсами підприємства, розглянуті основні джерела формування фінансових ресурсів.

Ключові слова: фінансові ресурси, управління, системний підхід, прийняття рішень.

Abstract

The essence of the concepts of "financial resources" studied the stages and objectives of the effective management of financial resources, the basic sources of financing.

Keywords: financial resources, management, system approach, decision-making.

Вступ

Фінансові ресурси відіграють значну роль в діяльності підприємства і займають одне з базових місць у відтворювальному процесі, формуванні власних грошових фондів та централізованих фінансових ресурсів держави, тому вимагають постійного контролю і належної уваги.

Однією з причин кризової ситуації багатьох українських підприємств є наявність недостатньо ефективної системи управління фінансовими ресурсами. Такі ресурси є найважливішим чинником економічного зростання та розвитку підприємства. Ефективність управління фінансовими ресурсами потребує науково обгрунтованої системи методів і способів їх формування, розподілу та використання. Проблемам управління фінансовими ресурсами присвячені праці економістів Ареф'євої О.В.[3], Ваньковича Д.В.[4], Казакової В.І.[5], Нестеренко Н.В.[2] та ін.

Метою роботи є систематизація теоретичних положень які спрямовані на вдосконалення системи управління фінансовими ресурсами на підприємстві.

Результати дослідження

Економісти й науковці розглядають безліч визначень понять «фінансові ресурси». Наприклад, А.М. Поддєрьогін під фінансовими ресурсами розуміє усі грошові кошти, що є в розпорядженні підприємства, до яких належать грошові фонди й та частина грошових коштів, яка використовується в нефондовій формі [1].

Основними джерелами формування фінансових ресурсів підприємства є власні та залучені кошти. До власних коштів належать: статутний капітал, амортизаційні відрахування, валовий дохід та прибуток. До залучених коштів відносять: отримані субсидії, кредити, пайові та інші внески, кошти, мобілізовані на фінансовому ринку.

Управління фінансовими ресурсами являє собою систему інструментів, методів, форм розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних із процесами формування, розподілу й використання фінансових ресурсів для досягнення стійкого фінансового стану й ефективної діяльності підприємства. Від ефективності управління фінансовими ресурсами підприємства залежить його спроможність досягти успіху на ринку. Правильно організоване управління є необхідним складником для успішної роботи організації в умовах жорсткої ділової конкуренції.

Метою управління фінансовими ресурсами є забезпечення діяльності підприємства оптимальним обсягом фінансових ресурсів у кожний конкретний період часу відповідно до напрямів його діяльності, організація формування необхідного рівня та раціонального використання фінансових ресурсів, максимізація прибутку та забезпечення підвищення ринкової вартості підприємства. Відповідно, можна виокремити такі завдання ефективного управління фінансовими ресурсами:

- залучення коштів на найвигідніших для підприємства умовах;
- визначення оптимальної структури фінансових ресурсів;
- визначення методів раціонального використання фінансових ресурсів підприємства з метою отримання найкращих фінансових результатів[7].

Вдосконалення управління фінансовими ресурсами підприємства можна розглядати як один із головних чинників підвищення ефективності будь-якої виробничо-господарської діяльності. Від цього залежить поліпшення позицій підприємства в конкурентній боротьбі, його стабільне функціонування та динамічний розвиток. Головна спрямованість вдосконалення управління фінансовими ресурсами повинна полягати в оптимізації використання ресурсів підприємства.

Виконання кожного конкретного завдання для досягнення поставленої мети залежить не лише від системи організації виконання рішень, але й від системи методів і прийомів, які застосовують для прийняття управлінського рішення. Можна застосувати досить різноманітні методи досліджень для прийняття рішень щодо ефективного управління фінансовими ресурсами підприємства. До таких методів можна віднести:

- аналіз і синтез;
- індукція;
- дедукція;
- метод асоціацій та аналогій;
- інтуїтивний метод тощо.

У зв'язку з цим необхідно розуміти, що обраний метод залежить не лише від виду завдання, яке необхідно виконати, а й від особистих якостей, знань, умінь і досвіду управління. В основі системи управління фінансовими ресурсами підприємства можна виділити дві складові: управління формуванням фінансових ресурсів та управління використанням фінансових ресурсів, або їхнім функціонуванням. В основу системи управління формуванням фінансових ресурсів покладена концепція їх структури.

Процес планування структури фінансових ресурсів має два складники: оптимізація співвідношення частки боргового фінансування і власних коштів і вибір конкретних фінансових інструментів для залучення фінансових ресурсів. Система функціонування фінансових ресурсів пов'язана з прийняттям рішень щодо раціональної структури засобів підприємства тобто визначення напрямів фінансування[6].

Визначимо наступні етапи процесу управління фінансовими ресурсами підприємств в сучасних умовах господарювання:

- Перший етап - виявлення та формулювання проблеми й завдання управління фінансовими ресурсами, які повинні бути виконані на базі попередньо набутого досвіду та наявної інформації.
- Другий - прийняття управлінського рішення щодо використання фінансових ресурсів і його реалізації.
- Третій етап - 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.

Вдосконалення системи управління фінансовими ресурсами є одним із ключових чинників підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності, від нього залежить стабільне функціонування, динамічний розвиток, позиція підприємства на ринку тощо. За таких умов, при управлінні фінансовими ресурсами підприємства ефективним виявляється застосування системного підходу, що підпорядкований загальній меті розвитку підприємства та визначає доцільність управлінського рішення залежно від ситуації, яка виникає під впливом внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства.

Висновки

Отже, розглянуто теоретичні положення які спрямовані на вдосконалення системи управління фінансовими ресурсами на підприємстві. Система управління фінансовими ресурсами підприємства являє собою частину загальної системи управління підприємством, а також є сукупністю форм, методів і прийомів, за допомогою яких здійснюється управління грошовим оборотом та фінансовими ресурсами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств [Текст]: підручник / 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.
2. Нестеренко Н. В. Шляхи вдосконалення управління фінансовими ресурсами підприємства / Н. В. Нестеренко, Д. М. Ребріна // «Вісник». – 2011. – № 3(16). – С. 69-72.
3. Арєф'єва О.В. Реструктуризація системи управління фінансовими ресурсами підприємства / О.В. Арєф'єва // Актуальні проблеми економіки. – 2001. – № 11-12. – С. 17-26.
4. Ванькович Д.В. Удосконалення механізму реорганізації управління фінансовими ресурсами підприємств / Д.В. Ванькович // Фінанси України. – 2004. – № 9. – С. 112-117.
5. Казакова В.І. Концептуальні основи управління фінансовими ресурсами підприємств / В.І. Казакова // Економіка АПК. – 2004. – № 1. – С. 109-113.
6. Стасюк Г.А. Фінанси підприємств: навчальний посібник / Г.А. Стасюк. – Херсон : Олді-плюс, 2004. – 478 с.
7. Шевчук Н. Капітал підприємства: формування та ефективність функціонування / Н. Шевчук // Ринок цінних паперів України. – 2004. – № 5-6. – С. 39-44.

Траченко Крістіна Русланівна – студентка групи Моф-13, факультет менеджменту та інноваційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: trachenkok@gmail.com.

Науковий керівник: **Міронова Юлія Володимирівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Kristina R. Trachenko - student MOF-13, Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail : trachenkok@gmail.com.

Supervisor: **Ulia V. Mironova** - Candidate of Economic Sciences, professor Department of Finance and Innovation Management , Vinnitsa National Technical University,Vinnitsa.

ОСОБЛИВОСТІ ВЕНЧУРНОГО ІНВЕСТИВАННЯ В УКРАЇНІ

¹ Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті розкрито та проаналізовано сучасний стан венчурних інститутів спільного інвестування, виявлено особливості венчурного інвестування в Україні, а також визначено проблеми та шляхи їх вирішення

Ключові слова: венчурний бізнес, венчурні інвестиції, венчурні фонди, інститути спільного інвестування.

Abstract

In the article modern state and structure of joint venture investment institution have been opened and analyzed, the features of venture business in Ukraine, also its problems and ways of their resolving were outlined.

Keywords: venture business, venture investments, venture funds, joint venture investment institutions.

Вступ

У сучасних ринкових умовах важливе місце посідають інноваційні проекти та їхня реалізація, адже саме вони дозволяють бути конкурентоспроможній національній економіці в умовах сучасного розвитку. Існує потреба в потужному фінансуванні для забезпечення ефективного розвитку інноваційних процесів. Для підтримки інноваційних процесів необхідним є формування ефективної системи взаємодії науки, освіти, виробництва та фінансово-кредитної сфери. Розробка та впровадження новітніх технологій відбувається завдяки венчурним інвестиціям, тому більшість розвинених країн сприяють та підтримують їх безпосередній розвиток.

Метою роботи є дослідження процесів венчурного інвестування інноваційних процесів в Україні, виявлення проблемних питань та шляхів їх вирішення.

Результати дослідження

Венчурний капітал є одним з найдавніших видів капіталу. Він з'явився з того моменту, коли людина, у якої виникла певна новаторська підприємницька ідея, звернулася до своїх родичів чи друзів із проханням вкласти в її справу певну суму грошей, запропонувавши за це частину прибутків у майбутньому. Жартوما американці кажуть, що «джерелами інвестицій у новий бізнес можуть бути три «f»: family (сім'я), friends (друзі), fools (дурні)». Венчурні інвестиції виникли та закріпились як окремий напрямок інвестиційного бізнесу у США. Їх розвиток припадає на середину XX ст.[1].

Венчурне інвестування зіграло важливу роль у розвитку інновацій в багатьох галузях виробництва. Якщо у США венчурний капітал у більшості випадків вкладається на початковому етапі існування фірми та зосереджується переважно на галузях з високими технологіями, то в Європі ця фінансова стратегія має інший напрямок. Тут венчурні інвестиції спрямовані на розвиток базових галузей і надаються компаніям у більш пізньому, постризиковому періоді на стадії розвитку чи перетворення (вивільнення або викупу бізнесу). Венчурінг в Європі має велику залежність від фондового ринку. Венчурний капітал знаходиться на високому рівні інтеграції між європейськими державами, що обумовлено загальноєвропейськими тенденціями розвитку. Більшість фондів венчурного спрямування сформована при участі американського капіталу, найчастіше провідних компаній з розвитку високих технологій [2].

Отже, венчурні інвестиції (від англ. venture - ризикована операція) - вкладення венчурного капіталу в перспективний вид бізнесу, який не має виходу на фондову біржу. При цьому венчурний інвестор не має наміру придбати контрольний пакет акцій компанії. І саме в цьому полягає його головна відмінність від «стратегічного інвестора» або «партнера». Мета венчурного капіталіста полягає в іншому: купуючи пакет акцій або частку меншу за контрольний пакет, інвестор сподівається, що компанія буде використовувати його гроші, як фінансовий важіль (financial leverage) для забезпечення більш швидкого зростання і розвитку свого бізнесу. Ні інвестор, ні його представники не беруть на себе жодного іншого ризику, окрім фінансового [3].

Венчурне інвестування розглядають у широкому і вузькому розумінні слова. У широкому розумінні

венчурне інвестування – це всі вкладання у ризикові, з огляду фінансових результатів, проекти, насамперед, у галузі високих технологій. У вузькому розумінні – це вкладання венчурними фондами довго- чи короткострокових інвестицій з метою створення і розвитку малих перспективних компаній [4].

В Україні венчурне підприємництво зародилося під час економічних реформ при переході на нові організаційно-правові форми підприємницької діяльності в інноваційній сфері. При цьому сутність венчурного фонду в Україні відрізняється від загальноприйнятого у світі. У нашій державі під цим поняттям вважають специфічний інститут спільного інвестування, правила формування, існування та закриття якого включено у загальні правила діяльності установи та компаній з управління активами. У 1998 році за пропозицією Європейської асоціації венчурного капіталу при Українській асоціації інвестиційного бізнесу (УАІБ) була відкрита секція венчурного інвестування [5].

На відміну від класичних венчурних фондів, український венчурний капітал не повністю орієнтований на інноваційні проекти. Для нього привабливим є реалізація інвестиційних проектів середнього рівня ризику таких галузей, як будівництво, нерухомість, торгівля та ін. Спостерігається тенденція, коли отримані від них прибутки компанії вкладають в інновації. Ще один позитив їхньої діяльності — повернення українських грошей з офшорів: через венчурні фонди держава створила привабливий механізм інвестування, коли їхнє оподаткування здійснюється під час виходу із проекту. Це пов'язано з тим, що до венчурного фонду в Україні висуваються найменші регулятивні вимоги з боку законодавства, що робить його гнучким інструментом для здійснення інвестиційних програм, та водночас і найбільш ризикованими через відсутність жорстких вимог щодо складу і структури активів цих фондів та операцій з ними.

За офіційними даними, ринок венчурного капіталу в Україні сьогодні становить приблизно 400 млн дол. США, а найбільш великими компаніями є Western NIS Enterprise Fund (150 млн. дол. США), Sigma Blazer (100 млн. дол.США), Baring Vostok Capital Partners (400 млн.дол.США), Commercial Capital Group (200 млн євро) та ін. [6].

На даний момент основним інвестором українських венчурних фондів є Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР), який В 2015 році Venture Capital Investment Programme вклав 4 млн. дол. США в українську компанію Depositphotos . Наступними інвесторами виступають уряди іноземних країн, що орієнтують свої інвестиції на конверсію оборонної промисловості через останні події на сході нашої держави.

Отже, український ринок венчурного капіталу викликає великий інтерес іноземних інвесторів через наявність висококваліфікованих робітників і паралельно з цим, дешевої робочої сили; мінімальні ризики втрати; ресурснезалежність та відносна розвиненість ІТ-сфери [7].

Проте на розвиток венчурного інвестування в Україні негативно впливають: відсутність ринку вільного приватного капіталу; фінансово спроможні приватні інвестори віддають перевагу вкладанню коштів у менш ризикові проекти; відсутність професійних кадрів і досвіду державних установ у сфері венчурної діяльності.

Висновки

Таким чином, венчурне інвестування є специфічним різновидом фінансових вкладень у високотехнологічне виробництво, перспектива отримання значних прибутків у якому межує з високим ступенем ризикованості. Через низку негативних факторів, венчурне інвестування не набуло великої популярності в Україні, але незважаючи на це наша країна не покидає конкурентні позиції та має великий потенціал в даній сфері.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Oliver N. Benchmarking Product Development. - Working Paper, Judge Institute of Management Studies, University of Cambridge, 1996
2. Шатирко Д. В. Оцінка світового досвіду венчурної діяльності та його адаптація до реалій української економіки [Електронний ресурс] / Д. В. Шатирко // Економіка. Управління. Інновації. – 2015. – Вип. № 1 (13). – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui2015_1_43.
3. Ковалишин П. В. Формування та розвиток ринку венчурного інвестування України : монографія / П. В. Ковалишин. – Миколаїв : Вид-во МДАУ, 2008. – 302 с.

4. 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. – 168 с.

5. Цихай Т.В. Роль венчурної індустрії у формуванні національної інноваційної системи / Т. В. Цихай // Теорія і практика управління. – 2010. – № 11. – С. 32-40

6. Товмасян В. Р. Проблеми розвитку венчурного інвестування в Україні / В. Р. Товмасян // Економіка та держава. – 2015. – № 2. – С. 152-156.

7. Інвестування в Українські IT-Start-Up – Ризик чи Виграш [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://global-ukraine-news.org/2016/01/18/investuvannya-v-ukrayinski-start-ryzyk-chy-vygrash>

Глінчук Оксана Олександрівна – студентка групи МОф-16мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Єпіфанова Ірина Юріївна** – к.е.н., доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Oksana O. Hlinchuk - Faculty of Management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: ksenia1994_123@ukr.net

Supervisor: Iryna Yu. Yepifanova – Cand. Ec. Sci. (Eng), associate Professor of the Finance and innovative management, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia.

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРИБУТКОВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено вплив інновацій на покращення прибутковості підприємства. Проаналізовано можливі напрямки максимізації прибутку підприємства. Наведено систему заходів необхідних для активізації інноваційної діяльності.

Ключові слова: прибутковість, інноваційна діяльність, фактори впливу, прибуток.

Abstract

The influence innovation on profitability improving is investigated. The possible directions of maximizing profits were analyzed. An appropriate system of measures for the revitalization innovation is given.

Keywords: profitability, innovation, influence, profit.

Вступ

Прибуток, як головний чинник економічної стійкості, є безумовною причиною створення та подальшого функціонування будь-якого підприємства, незалежно від виду діяльності. Головною метою у стратегії діяльності господарської одиниці, повинно бути створення найефективніших та найоптимальніших умов для отримання максимального прибутку. Пошук шляхів підвищення прибутковості підприємств є актуальною проблемою незважаючи на численні дослідження даної теми науковцями. Адже у період активного розвитку науково-технічної діяльності з'являються нові рішення даного питання, зокрема шляхом використання інновацій у діяльності підприємства.

Метою даної роботи є дослідження впливу інноваційної діяльності на прибутковість підприємств.

Результати дослідження

Інноваційна діяльність відіграє вирішальну роль можливості покращення прибутковості підприємства. Розвиток нових технічних і організаційно-технологічних рішень, вдосконалення основних принципів управління стосовно до специфіки вітчизняного ринку створюють умови для оновлення процесів відтворення на підприємствах і дають додатковий імпульс для економічного зростання. Постійне оновлення техніки та технологій робить інноваційний процес основною умовою виробництва конкурентоспроможної продукції, завоювання і збереження позицій підприємств на ринку і підвищення продуктивності, а також ефективності підприємства [1].

Для кращого розуміння того, яким чином інноваційна діяльність зможе вплинути на збільшення прибутку виділимо ряд основних напрямків, що забезпечують підприємству його максимізацію (табл. 1).

Таким чином інноваційна діяльність може значно покращити прибутковість будь-якого підприємства. Адже інновації це однозначно щось досконаліше, ефективніше, якісніше та вигідніше.

Державна політика щодо підвищення сприйняття інновацій підприємствами повинна забезпечувати формування та результативне функціонування системи механізмів, здатних стимулювати попит на інновації збоку виробників, зокрема, купувати інноваційну техніку і технології; нарощувати нематеріальні активи; оновлювати асортимент продукції та поліпшувати її якість.

В даному аспекті позитивним є досвід країн ЄС щодо стимулювання інноваційної діяльності: у більшості країн Європейського Союзу надається державна підтримка підприємствам, які розробляють і реалізують нові товари й технології, тому що дана сфера вважається досить ризикованою щодо капіталовкладень. В Італії, Іспанії та Португалії це податкові пільги, за допомогою яких стимулюються всі підприємства, пов'язані з розробкою та впровадженням

інновацій; у Німеччині, Фінляндії, Швеції – субсидії й кредити за зниженими відсотковими ставками.

Таблиця 1 – Напрямки максимізації прибутку підприємства (складено на основі [1])

Напрямок	Пояснення
Розширення номенклатури реалізованої продукції (послуг).	Таке розширення можливе тільки за двома напрямками: за рахунок випуску нової продукції (яка раніше не вироблялась на даному підприємстві) або за рахунок її удосконалення (модернізації або модифікації). Очевидно, що вони пов'язані з інноваційною діяльністю, бо сукупність робіт, пов'язаних з розробкою, освоєнням і поліпшенням вже виробленої продукції за своєю суттю є інноваційною діяльністю.
Максимізація ціни, за якою реалізується продукція або надається послуга.	Можливість збільшення ціни реалізації продукту або послуги прямо залежать від попиту і пропозиції на продукцію підприємства на ринку. Найбільш важливим є те, чи діє підприємство в умовах конкурентної боротьби або займає монопольне становище. Інноваційна діяльність дозволяє підприємствам в певних умовах зайняти монопольне становище на ринку з усіма наслідками, що випливають звідси, з точки зору збільшення прибутку підприємства через підвищення ціни реалізації продукції та послуги.
Мінімізація витрат на виготовлення і реалізацію одиниці продукції.	Зниження витрат на виготовлення і реалізацію одиниці продукції або послуги можливо тільки двома шляхами: або за рахунок мобілізації резервів технології, що вже використовується, або за рахунок освоєння нової технологічної лінії. При цьому мається на увазі, що, освоєння нової техніки, технології, як і нових методів організації та управління виробництвом і збутом продукції визначається ефективністю інноваційної діяльності, реалізованої підприємством.
Максимізація обсягів реалізації продукції або послуги.	Слід зазначити, що збільшення обсягів реалізації продукції в найменшій мірі, залежить від зусиль підприємства хоча і є певні важелі впливу на споживчий попит. Збільшення обсягів реалізації продукції або послуги багато в чому досягається за рахунок відповідних інноваційних перетворень.

Саме відсутність досконалої системи подібних стимулів поряд з іншими важливими причинами (економічна, фінансова, платіжна, техніко-технологічна криза, зниження макроекономічного попиту на інновації тощо) призвели до неготовності багатьох вітчизняних підприємств зберегти і примножити якість трудового потенціалу в інтересах розробки і впровадження інновацій.

Причини низької інноваційної активності пов'язані, передусім, з тим, що основним джерелом фінансування впровадження нововведень сьогодні є власні кошти підприємств, які являються обмеженими. Залучення інвестицій не забезпечує нагальних потреб промисловості [2].

На жаль, в Україні для розвитку винахідництва й інноваційної творчості не сформована відповідна база: Верховна Рада і уряд нині недостатньо ініціюють інноваційні технологічні зміни в економіці, не приділяють належної уваги механізмам економічної та моральної мотивації, іншим формам державної підтримки винахідництва.

Лише тоді, коли частка вітчизняних підприємств, що займається розробкою та освоєнням інновацій, перевищить частку підприємств, що лише купують нововведення, а самостійно досліджень і розробок не здійснюють, можна буде стверджувати, що країна взяла курс інноваційного розвитку і прагне наздогнати провідні країни світу. На жаль, поки що вітчизняних підприємств, які займаються науковими дослідженнями та впровадженням інновацій у нас обмаль. Більшість вітчизняних підприємств купують нові технології за кордоном, замінюючи ними застарілі. Причому купують не найкращі, не найновітніші, не найефективніші. Провідні компанії світу збувають здебільшого в Україну свої застарілі нововведення, чим стимулюють у себе нові розробки [3].

З метою створення сприятливих умов для активізації інноваційної діяльності вітчизняних підприємств необхідне формування цілої системи заходів [4]:

- ~ розробку і запровадження механізму надання пільг підприємствам, які впроваджують і реалізують інноваційну продукцію;
- ~ поширення практики надання інноваційним підприємствам кредитів зі знижкою кредитної ставки;
- ~ запровадження прогресивного оподаткування прибутку від випуску застарілої і недосконалої продукції чи у випадку використання екологічно небезпечної технології.

Зазначені заходи дадуть змогу сформувати сприятливий інноваційний клімат, задіяти всі необхідні механізми та стимули для підвищення зацікавленості підприємств у впровадженні наукомістких технологій.

Висновки

Інноваційна діяльність може значно покращити прибутковість будь-якого підприємства. Адже інновації це однозначно щось досконаліше, ефективніше, якісніше та вигідніше. Встановлено, що головною проблемою використання інновацій на підприємствах, є неготовність керівників до впровадження їх упродовж власної господарської діяльності. Хоча ефективність від їх використання може значно покращити прибутковість даної господарської одиниці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Літвінченко М.В. Інноваційна діяльність підприємства як джерело підвищення прибутку / Літвінченко М.В., Кедревич І.В. // Вісник НТУ (ХПИ) . – №7. – 2011. – С. 148–151.
2. Смірнов О.О. Вплив інновацій на підвищення конкурентоспроможності персоналу промислових підприємств [Електронний ресурс] / О.О. Смірнов // Ефективна економіка. - 2010. - №9. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=318>
3. Зянько В.В. Інноваційна діяльність підприємств та її фінансове забезпечення в умовах транзитивних змін економіки України/ В.В. Зянько , І.Ю. Єпіфанова., В.В. Зянько // Монографія – 2015.
4. Голуб Ю.Ю. / Інноваційна діяльність підприємств як головна вимога сучасності // Ю.Ю.Голуб / ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана» Криворізького національного університету – 2012. – №9. – С. 62–65.
5. Джеджула В. В. Перспективи використання сучасних форм фінансового забезпечення інноваційної діяльності вітчизняних підприємств / Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю. //Управління інноваційною, інвестиційною та економічною діяльністю інтегрованих об'єднань та підприємств : монографія/ за заг. ред. Л.М.Савчук. – Дніпропетровськ: Пороги, 2016. – 520с.

Гуменюк Вікторія Сергіївна – студентка групи МОф-16м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: vikycik.hymenyuk@mail.ru

Науковий керівник: **Єпіфанова Ірина Юріївна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Viktoriia S. Humeniuk – Department Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : vikycik.hymenyuk@mail.ru

Supervisor **Iryna Yu. Yepifanova** – PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Finance and innovative management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Венчурне інвестування та особливості його розвитку в Україні

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено особливості венчурного інвестування, проаналізовано його проблеми та запропоновано шляхи удосконалення венчурного інвестування в Україні

Ключові слова: венчур, венчурний капітал, венчурне інвестування, венчурні інвестиції, інноваційне підприємництво, інновація.

Abstract

In the article investigated the features of venture investment, analyzed its problems and the ways of improving venture capital investment in Ukraine

Keywords: venture, the venture capital, venture investment, venture capital investments, innovative entrepreneurship, innovation.

Нинішній час характеризується глибокими трансформаціями в усіх сферах суспільства. Причому соціально-економічні зміни відбуваються настільки швидко, що до них не встигають адаптуватися інституції, ринок праці, законодавство. В економіці сучасні зміни спричинені перш за все зростанням ролі науки у виробничому процесі. Це відображається, зокрема, на підвищенні наукомісткості продукції, скороченні життєвого циклу товарів, виникненні нових потреб і переваг споживачів. Усе це створює передумови для активізації інноваційної підприємницької діяльності та зацікавленості інвесторів у вкладанні коштів в інноваційні проекти.

Останнім часом українські підприємці, переймаючи досвід західних компаній, для реалізації інноваційних проектів звертаються до венчурних інвесторів, які розуміють, що реалізація наукомістких проектів з різних причин далеко не завжди завершується передбачуваними кінцевими результатами, і в той же час згодні розділити з підприємцем ризик невдачі, розраховуючи у випадку успіху одержати надвисокий прибуток. Найчастіше до венчурного інвестора звертаються ті підприємці, кому через високу ризикованість проекту в наданні кредиту відмовили комерційні банки. Тому для них співпраця з професійним венчурним інвестором залишається фактично єдиною можливістю вирішити цілий ряд нагальних проблем, не маючи на це достатніх власних фінансових ресурсів.

Головний мотиваційний чинник діяльності венчурного капіталіста при цьому нічим не відрізняється від головного мотиваційного чинника підприємця. Обидва вони прагнуть одержати у результаті спільної діяльності максимальну фінансову винагороду. Тільки отримати свою частку прибутку венчурний інвестор, як правило, розраховує не за рахунок співпраці з підприємцем на постійній основі, а через продажу свого пакету акцій після значного збільшення їхньої вартості, розраховуючи на успішний розвиток фінансованого ним бізнесу.

Співпраця підприємця з венчурним інвестором вигідна підприємцеві ще й тим, що маючи високу зацікавленість в успіху реалізації інноваційного проекту венчурний інвестор всіляко намагається допомогти у прискоренні розвитку бізнесу, використовуючи для цього власні контакти, шукаючи потрібних спеціалістів, передаючи набутий досвід ефективного управління фінансовими ресурсами. Дослідження специфіки венчурного інвестування свідчать, що компанії з венчурною підтримкою є більш підготовленими до засвоєння інновацій, швидше розвиваються і створюють більше робочих місць, ніж великі компанії [1].

У розвинених країнах венчурне інвестування, завдяки сприйнятливості до ризикових прогресивних ідей, котрі мають відчутний ринковий потенціал, виступає найважливішим джерелом позабюджетного фінансування наукових досліджень, прикладних розробок та інноваційної підприємницької діяльності уже не одне десятиліття. Ринок венчурного капіталу представлений формальним і неформальним секторами. До неформального сектора відносять приватних осіб («business angels»), котрі займаються фінансуванням ризикових проектів на початкових стадіях їх реалізації, вкладаючи у них так званий «посівний капітал» («seed finance»). Бізнес-ангели активно діють у США та в країнах Європейського співтовариства, причому обсяги їх інвестицій у декілька разів перевищують обсяги інвестицій

формального сектору [2]. До формального сектору ринку венчурного капіталу відносять венчурні фонди, які здебільшого розпочинають фінансувати проект на стадії його зростання, коли уже відомо, що продукція матиме комерційний успіх, але для цього необхідні кошти, щоб збільшити обсяг реалізації продукції чи розширити виробничі потужності. Левова частка інвестицій венчурних фондів у розвинених країнах припадає якраз на високі технології.

На жаль, в Україні через нерозвиненість венчурного підприємництва, нестабільність економічної та політичної ситуації, відсутність кваліфікованих спеціалістів з управління венчурним капіталом, а також через законодавчу неврегульованість функціонування венчурних фондів (досі відсутній закон про венчурні фонди) процес пошуку як венчурного інвестора, так і відповідного кандидата для венчурних інвестицій є доволі складним. Зазвичай, щоб знайти венчурного інвестора, який погодиться фінансувати запропонований йому інноваційний проект, підприємцеві треба витратити до року, а то й більше часу. Адже, ще до початку ведення переговорів спеціалістам венчурного фонду потрібен час, щоб належно оцінити перспективи наданого підприємцем бізнес-проекту, визначити скільки потребуватиметься фінансових ресурсів для його реалізації, здійснити аналіз менеджменту, який займатиметься реалізацією бізнес-проекту, вивчити сильні і слабкі сторони конкурентів на ринку тощо. В умовах економічної нестабільності цей процес відбувається складно і досить довго. Венчурним фондам в Україні доводиться працювати на відносно невеликих за розмірами та часто монополізованих ринках, мати справу з низьким рівнем платоспроможності населення. А тому значного зростання кількості інвесторів, готових вкласти кошти у високоризикові проекти, у нашій країні не спостерігається. Навпаки, за даними Української асоціації інвестиційного бізнесу, загальна кількість компаній з управління активами в Україні продовжує зменшуватися, й у III кварталі 2016 року їх кількість становила всього 300 одиниць [3]. До того ж фінансують венчурні фонди в нашій країні не ризикові інноваційні проекти, не високотехнологічні виробництва, а діють на споживчих ринках, як-то виробництво продуктів харчування та будівельних матеріалів, роздрібна торгівля, туризм, страхування, ринок нерухомості, тобто в тих галузях, які приносять швидкий прибуток та є для них майже безризиковими.

Для нагромадження в Україні необхідної кількості венчурного капіталу необхідно реформувати національну економіку: стимулювати підприємницьку інноваційну діяльність; сформувати повноцінну інноваційну інфраструктуру; розвивати фондовий та страховий ринки, банківську систему; забезпечити належні умови для ефективної діяльності приватних інвесторів (бізнес-ангелів, венчурних фондів). Це створюватиме умови для розвитку різних форм венчурного інвестування та спрямування венчурних інвестицій у наукоємні, високотехнологічні виробництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бражко О.В. Інновації, венчурне інвестування і маркетингові технології в умовах нової економіки / О.В. Бражко. Сталій розвиток економіки. Науково-виробничий журнал. 2^й 2013 — № 19. — С. 12.
2. Angel Investing by Osnabrugge M.V. and Robinson, R.J., 2006.
3. Українська асоціація інвестиційного бізнесу. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.uaib.com.ua>.

Зянько Віталій Володимирович — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: fk.zank@gmail.com

Vitalii Zianko — doctor of economics, Professor, Head of the Department of Finance and innovative management, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia, e-mail: fk.zank@gmail.com

МЕХАНІЗМ ПОПЕРЕДЖЕННЯ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто основні функції, особливості та завдання антикризового управління на підприємстві. Проаналізовано причини виникнення криз та їх вплив на управління підприємством. Наведені основні фактори, що спричиняють настання фінансової кризи на підприємстві.

Ключові слова: економічна криза, попередження кризи, управління підприємством, фінансова криза.

Abstract

In the article investigated the basic functions, features and tasks of crisis management in the enterprise. The reasons of crises and their impact on management. The basic factors causing the onset of the financial crisis at the company.

Key words: economic crisis, crisis prevention, management, financial crisis.

Вступ

Проблема управління підприємствами в кризових ситуаціях, як в системі регіональної так і національної економіки в цілому є вкрай важливою й актуальною, оскільки саме управління, як одна із невід'ємних функцій будь-якої організованої соціоекономічної системи покликане забезпечити збереження і розвиток цієї системи та вимагає адаптації кожного окремого підприємства до нового середовища і, відповідно, зміни у зв'язку з цим, логіки і принципів його функціонування.

Це зумовлює нагальну необхідність вироблення наукового підходу до процесу кризового управління підприємством, що, у свою чергу, передбачає комплексне та системне дослідження теоретичних засад управління в період виникнення кризової ситуації, аналіз його методичного забезпечення, обґрунтування сучасних методів діагностики кризових явищ та розробки стратегії виходу з кризи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним, методологічним і практичним аспектам управління діяльністю підприємств в період нестабільності та в період кризи присвячені праці таких зарубіжних авторів як Е. Альтмана, В. Бівера, М. Хаммера, Р. Хіта, Дж. Фулмера, І. Бланка, В. Кошкіна, Е. Короткова, Е. Уткіна, Г. Іванова, О. Ковальова та інших, що дозволяє опанувати цей досвід та використати його у вітчизняній практиці.

Основні результати дослідження.

У житті підприємства кризи або загроза криз – постійне явище. Першопричиною, тобто можливістю виникнення економічних криз, є розрив між виробництвом і споживанням товарів [1].

Криза – це стан, при якому господарюючий суб'єкт нездатний здійснювати фінансове забезпечення своєї господарської діяльності. Криза підприємства є об'єктивним економічним процесом. Кризи неминучі в діяльності будь-якого підприємства і отримують повсюдний прояв. Більше того, криза розглядається не тільки як об'єктивно неминучий, але і як об'єктивно необхідний процес, що несе імпульс інтенсифікації розвитку підприємства. Об'єктивна природа кризи підприємства відображає не тільки закономірність її настання, а й можливість виходу з неї [1].

Загалом виділяють значну кількість причин кризових ситуацій та кризового стану підприємств. У відношенні до місця виникнення причини криз виділяють [1]:

1) зовнішні відносно підприємства кризи, на які воно не в змозі впливати, або має обмежений вплив;

2) внутрішні кризи, що виникають у результаті діяльності самого підприємства.

На виникнення фінансової кризи на підприємстві впливає багато зовнішніх та внутрішніх факторів, основні з яких подані у табл. 1

Таблиця 1. Фактори, що спричиняють фінансову кризу на підприємстві

Зовнішні фактори	Внутрішні фактори
– спад кон'юнктури в економіці в цілому	– низька якість менеджменту
– зменшення купівельної спроможності населення	– дефіцити в організаційній структурі
– значний рівень інфляції	– низький рівень кваліфікації персоналу
– нестабільність господарського та податкового законодавства	– недоліки у виробничій сфері
– нестабільність фінансових ринків	– прорахунки у галузі постачання
– посилення конкуренції в галузі	– низький рівень маркетингу та втрата ринків збуту продукції
– криза окремої галузі	– прорахунки в інвестиційній сфері
– сезонні коливання	– брак інновацій та раціоналізаторства
– посилення монополізму на ринку	– дефіцити у фінансуванні
– політична нестабільність у країні місцезнаходження підприємства або в країнах – постачальників сировини (споживачів продукції)	– відсутність або незадовільна робота служб контролінгу (планування, аналіз, інформаційне забезпечення, контроль)
– конфлікти між засновниками (власниками)	

У цілому конкретних факторів, які зумовлюють збільшення ймовірності виникнення кризи на підприємстві, достатньо багато. Для кожного підприємства такий набір є індивідуальним, залежить від внутрішніх можливостей підприємства протидіяти факторам потенційної загрози. Система таких факторів не є статичною, вона змінюється в часі. Фактори, які в минулому сприяли розвитку негативних тенденцій у тому чи іншому сегменті організаційно-виробничої сфери підприємства, та входженню траєкторії його розвитку в «кризову» сферу, можуть не бути такими в поточному чи майбутньому періоді [1, 2].

У період кризи найважливішою є проблема ефективності управління підприємством. Розвиток кризи може спричинити два варіанти кінцевого результату дій менеджменту: банкрутство або подолання кризи. Звичайно, що висока компетентність управлінців збільшує можливість позитивного впливу на розвиток окремих кризових процесів на підприємстві.

Фази та етапи розвитку управління в умовах кризи такі: перша фаза – етапи шоку і відкочування, друга фаза – етапи адаптації і опанування ситуацією.

Система менеджменту у кризових ситуаціях повинна передбачати [2]:

- постійний моніторинг зовнішньої та внутрішньої ситуацій;
- розроблення заходів зниження зовнішньої вразливості підприємства;
- підвищення внутрішньої гнучкості управління;
- розроблення випереджувальних планів щодо методів управління у кризовій ситуації;
- негайне впровадження запланованих практичних заходів у разі виникнення кризової ситуації.

Часто кризові ситуації в розвитку підприємства неможливо усунути. Вони виникають як об'єктивні явища, що відтворюють циклічний характер розвитку соціально-економічних систем. Але гостроту криз можна й потрібно зменшувати з урахуванням їх особливостей, а також своєчасно розпізнаючи їх наближення. Це досягається лише за допомогою антикризового управління.

Вчасне виявлення та подолання фінансової кризи на підприємстві передбачає поетапне вирішення антикризовим менеджментом таких основних завдань:

- I. Формування інформаційної бази для аналітичної обробки даних.
- II. Визначення доцільності проведення антикризових заходів.
- III. Формування антикризової програми дій.
- IV. Впровадження виробленої антикризової програми.
- V. Перевірку ефективності впроваджених антикризових заходів.

Основні етапи раннього виявлення фінансової кризи та її подолання на підприємстві можна подати у вигляді схеми (рис.1). Як видно з цієї схеми, найскладнішими є другий та третій етапи виявлення та подолання фінансової кризи на підприємстві. Зокрема, другий етап передбачає уточнення та, за необхідності, корегування мети проведення антикризових заходів, які залежать від реального фінансового стану підприємства (наявності чи відсутності банкрутства). Також на цьому етапі для визначення доцільності проведення антикризових заходів здійснюють кількісну та якісну діагностику фінансової кризи підприємства. Лише після цього переходять до третього етапу – формування антикризової програми, що включає в себе розробку тактики та стратегії поведінки підприємства у кризовій ситуації, та визначення конкретних інструментів, за допомогою яких буде впроваджуватися вироблена антикризова програма.

Аналіз практичного досвіду вітчизняних підприємств показує, що одним із основних інструментів, що застосовується у компаніях в кризових умовах – це нормування всіх статей витрат і жорсткий контроль за виконанням встановлених нормативів. Для зниження витрат підприємства в умовах кризи має здійснюватися мотивування персоналу на скорочення тих витрат, які не пов'язані з основною діяльністю підприємства.

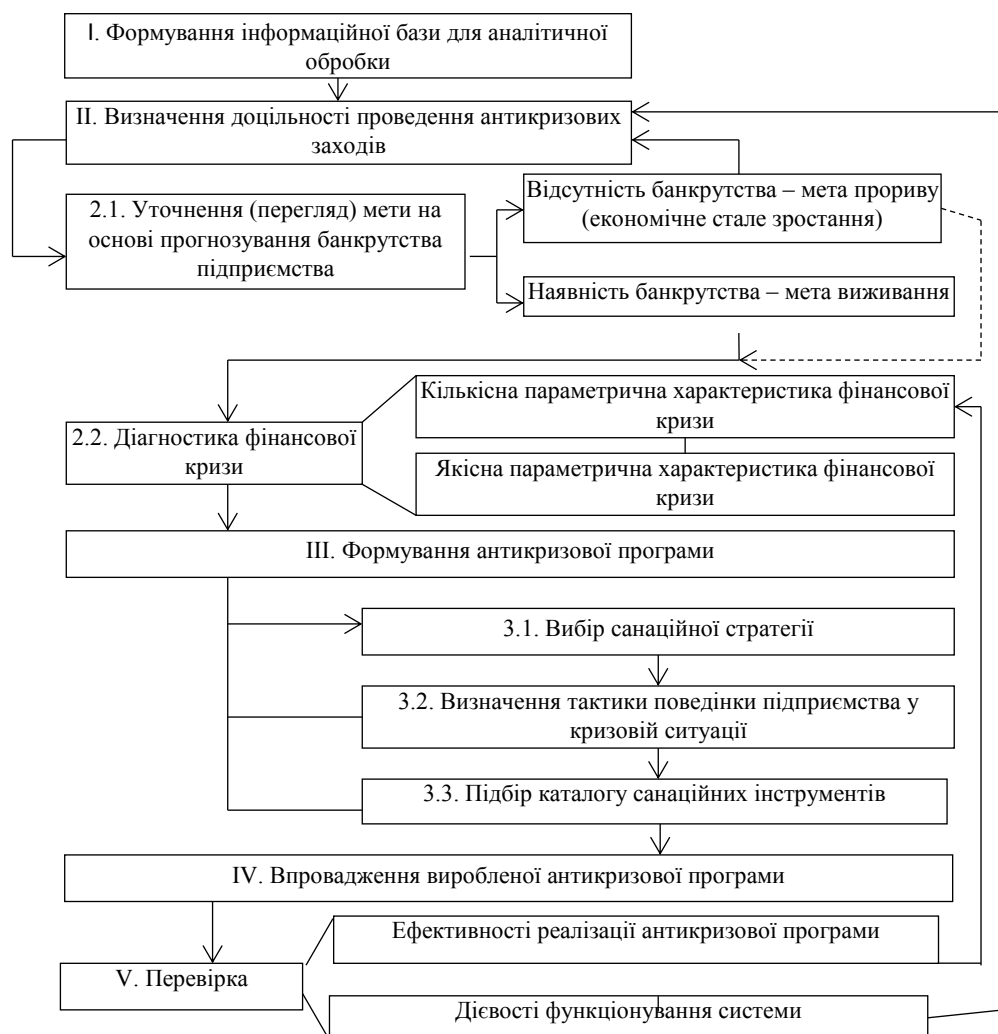


Рис. 1 Загальна структурно-логічна схема функціонування системи раннього виявлення та подолання фінансової кризи на підприємстві [3].

Висновки. Отже, підсумовуючи вище сказане можна стверджувати, що криза підприємства є переломним моментом в послідовності господарських процесів, подій і дій. Типовою для розвитку кризової ситуації є або ліквідація підприємства – як екстремальна форма, або успішне подолання кризи. Власне напрямком розвитку кризових процесів багато в чому залежить від якості управління підприємством. Висока компетентність антикризового менеджменту дозволяє, з одного боку, визначити конкретні об'єкти управлінської дії, з іншою, своєчасно та ефективно локалізувати кризові процеси. Вчасне виявлення факторів та параметрів кризи дозволяє глибше зрозуміти сутність кризи як процесу, закономірності та тенденції її розгортання, а отже дає змогу більш детально проаналізувати кризові ситуації, що виникають при здійсненні господарської діяльності підприємства.

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. Бандурин В. Стратегічне напрямлення виходу з кризи / В. Бандурин, В. Ларикий // Антикризовий менеджмент. – 2008. – № 1. – С. 345.
3. Мартиненко А. Дії в умовах кризи / А. Мартиненко // Антикризовий менеджмент. – 2007. – № 3. – С. 26 – 29.

Кривошликова Вікторія Андріївна — студентка групи МОФ-16мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: krivoshlykova.vi@mail.ru

Науковий керівник: **Зянько Віталій Володимирович** — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця e-mail: fk.zank@gmail.com.

Viktiriia A. Kryvoshlykova – student group MOF-16mi, Department of Management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: krivoshlykova.vi@mail.ru

Supervisor: **Vitalii Zianko** – doctor of economics, Professor, Head of the Department of Finance and innovative management, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia, e-mail: fk.zank@gmail.com

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

¹ Вінницький національний технічний університет

Анотація

Проведено узагальнення методології та визначено основні етапи комплексного аналізу фінансового стану підприємств. Виокремлено методологічні принципи та обґрунтовано необхідність проведення комплексного аналізу в сучасних умовах господарювання.

Ключові слова: фінансовий стан, оцінка фінансового стану, комплексний аналіз фінансового стану, методи комплексного аналізу.

Abstract

A generalization of the methodology and the main stages of a comprehensive financial analysis of enterprises. Thesis there is determined methodological principles and the necessity of the comprehensive analysis in the modern business environment.

Keywords: financial position, financial condition assessment, complex financial analysis, complex analysis methods.

Вступ

У ринкових умовах господарювання особливої важливості набуває комплексний аналіз фінансового стану підприємства. Для його визначення розроблено безліч методик поглибленого аналізу та експрес-аналізу, які ґрунтуються на використанні абсолютних та відносних показників. Такі методики надають можливість виявити проблемні напрями в діяльності підприємства і досліджувати причини, які їх зумовили, але не дають можливості зробити обґрунтовані висновки про його фінансовий стан в цілому.

Теоретичні дослідження в області аналізу фінансового положення підприємств різних форм власності та організаційно - правових форм функціонування були проведені провідними вітчизняними і зарубіжними економістами, такими як: П. А. Знахуренко, О. В. Кондратюк, О. С. Ключник, Н. Г. Мтеленко, О. Г. Піскунов, О. Л. Хотомлянський та інші.

Метою роботи є оцінка комплексного аналізу фінансово – господарської діяльності підприємства, сформулювати методологічні прийоми оцінки та обґрунтувати необхідність застосування комплексного підходу, застосувати різні підходи і методології оцінки фінансового стану підприємства.

Результати дослідження

Аналіз фінансового стану на підприємстві є одним з важливих елементів в системі управління і прийняття різноманітних господарських рішень. Вона становить інтерес для інвесторів, кредиторів, постачальників матеріально-технічних ресурсів, державних органів управління і виробничих менеджерів.

Комплексний аналіз фінансового стану підприємства передбачає визначення економічного потенціалу суб'єкта господарювання, що дає можливість забезпечити ідентифікацію його місця в економічному середовищі. Аналіз майнового і фінансово-економічного стану підприємства створює необхідну інформаційну базу для ухвалення управлінських і фінансових рішень щодо проблемних питань купівлі-продажу бізнесу, напрямів виробничого розвитку, залучення або здійснення інвестицій.

Комплексний аналіз господарської діяльності є її характеристикою, отриманою в результаті комплексного дослідження, тобто одночасного та узгодженого вивчення сукупності показників, що відображають всі аспекти господарських процесів, і містить узагальнені висновки про результати діяльності виробничого об'єкта на основі виявлення якісних і кількісних відмінностей від бази порівняння (плану, нормативів, попередніх періодів, досягнень на інших аналогічних об'єктах, інших можливих варіантах розвитку).

Слід зазначити, що фінансовий стан визначає місце підприємства в економічному середовищі, а також наскільки ефективними і без ризиковими можуть бути його ділові відносини з комерційними банками, постачальниками, потенційними інвесторами і позичальниками. Для підприємства, як і для його партнерів, представляє інтерес не тільки фактичний стан подій, тобто те, що було, але і очікуваний фінансовий стан. Разом з якісною ознакою «стійкий фінансовий стан» і бездоганною репутацією підприємства, необхідно мати науково обґрунтований комплексний узагальнюючий аналіз фінансового стану підприємства.

При проведенні аналізу фінансового стану підприємства слід вивчати значення отриманих в результаті аналізу фінансового стану показників, з точки зору відповідності їх фактичних значень нормативним для конкретного підприємства рівням, визначати фактори, що вплинули на величину показника в звітному періоді та здійснювати прогноз її величини на перспективу.

Проаналізувавши літературні джерела стосовно питання оцінки аналізу фінансового стану підприємств, можна визначити наступні методи його оцінки: коефіцієнтний; комплексний; інтегральний.

Коефіцієнтний метод передбачає розрахунок системи коефіцієнтів, що висвітлюють різні боки господарювання підприємства і враховують вплив як внутрішнього, так і зовнішнього середовищ на фінансовий стан підприємства.

Основними недоліками даного методу, що ускладнюють його застосування, є:

- досить складний процес формування результатів оцінки;
- відсутність нормативних значень більшості коефіцієнтів, що використовуються в процесі аналізу;
- ситуація, коли зміни величин коефіцієнтів у динаміці не можуть бути інтерпретовані належним чином, оскільки значення для розрахунку постійно змінюються у часі.

Комплексний метод дає змогу виявити ті напрямки в діяльності підприємства, в яких виникають проблеми, а також дає змогу досліджувати причини, що їх зумовили. Це є перевагою даного методу. Однак існують і недоліки. Як і попередній метод він є трудомістким та немає нормативних значень більшості коефіцієнтів.

Щодо інтегрального методу аналізу фінансового стану підприємства – то його слід використовувати тим підприємствам, які хочуть визначити свій фінансовий стан певним інтегральним показником. За допомогою даного методу розраховується інтегральний показник на базі узагальнюючих показників за рівнем платоспроможності, фінансової незалежності та якості активів підприємства. Перевагами даного методу є те, що сукупний (інтегральний) показник можна в будь-який момент доповнити будь-якою кількістю аналітичних напрямків та коефіцієнтів.

З метою достовірності оцінки фінансового стану підприємства доцільно використовувати коефіцієнтний або комплексний метод, адже вони є найбільш обширними і охоплюють всі сфери діяльності підприємства.

Діяльність підприємства характеризується сукупністю показників, які ієрархічно зв'язані між собою. Нижній рівень ієрархії – це прості показники, які безпосередньо можуть бути виміряні або розраховані і надані в абсолютному або відносному виразі. Підсумкові (блокові) оцінки характеризують певні сторони діяльності підприємства. Комплексна оцінка характеризує результати діяльності підприємства в цілому.

Підсумковий і комплексний аналіз отримують шляхом синтезу оцінок попереднього рівня ієрархії на підставі застосування різного роду середніх.

Можна виокремити основні етапи комплексного аналізу діяльності підприємства:

- Формування системи оцінних показників;
- Оцінка одиничних показників діяльності підприємства;
- Синтез одиничних оцінок для отримання комплексної оцінки діяльності.

Найпростішим методом оцінки певного фінансового коефіцієнта (одиничного показника) є його нормування, яке проводиться за формулою (1):

$$K_i = \frac{P_i}{P_{i \text{ норм.}}} \quad (1)$$

де K_i – нормований одиничний показник фінансового стану підприємства;

P_i – фактичне значення одиничного показника;

P_i норм – нормативне значення одиничного показника;

i – порядковий номер одиничного показника, фінансового коефіцієнта в блочній оцінці.

Ця формула може бути використаною, якщо для стійкого фінансового стану фактичне значення має перевищувати нормативне.

Якщо ж фактичне значення має бути нижчим за нормативне, формула має інший вигляд (2):

$$K_i = \frac{P_{i \text{ норм.}}}{P_i} \quad (2)$$

У разі, якщо коефіцієнт не має нормативного значення (наприклад, коефіцієнт оборотності обігового капіталу), нормування одиничного показника може здійснюватись на основі порівняння з найкращим значенням за досліджуваний період.

Підсумкова блочна оцінка з урахуванням ваги одиничних показників визначається за формулою (3):

$$K_j = \sum_{i=0}^n a_i \times K_i \quad (3)$$

де K_j – підсумкова блочна оцінка;

a – вагомість одиничного фінансового коефіцієнта в блочній оцінці;

n – кількість показників у межах блоку, що характеризує окрему сторону фінансового стану підприємства;

j – номер блоку у проведенні комплексної оцінки фінансового стану підприємства.

Для визначення інтегрального показника фінансового стану підприємства може використовуватися формула (4):

$$K_k = \sum_{i=0}^n \beta_j \times K_j \quad (4)$$

де K_k – інтегральний показник фінансового стану підприємства;

β_j – вагомість аналітичних блоків фінансового стану в комплексній оцінці;

m – кількість блоків оціночних показників.

Проведена даним методом оцінка фінансового стану дозволяє досить повно розкрити інформацію про становище підприємства в економічному середовищі.

Висновки

Отже, оцінивши комплексний аналіз фінансово – господарської діяльності підприємства сформовані методологічні прийоми оцінки та обґрунтовано необхідність застосування комплексного підходу. Застосувавши різні підходи і методології оцінки фінансового стану підприємства визначено такий метод оцінки, який дозволяє в повній мірі розкрити інформацію про становище підприємства в економічному середовищі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Піскунов О.Г. Еволюція підходів до комплексної оцінки фінансового стану підприємства / О.Г. Піскунов, Н.Г. Мтеленко, Т.П. Лободзинська // Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут" - 2009. - № 6. - С. 80-88.
2. Алексеев К.С. Методика аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства / К.С. Алексеев // Довідник економіста.- 2012. - № 1. - С.14-25: табл.
3. 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
4. Карпенко Г. В. Шляхи вдосконалення фінансового стану підприємства / Г. В. Карпенко //

Економіка держави. – 2010. - №1. – С. 61-62.

5. Ключник О.С. Вдосконалення комплексної оцінки фінансового стану підприємства / О.С. Ключник, О.В. Кондратюк // Науковий вісник Рівненського інституту ВНЗ "Відкритий міжнародний університет розвитку людини "Україна" - 2010. - № 1. - С. 120-127.

6. Піскунов О.Г. Еволюція підходів до комплексної оцінки фінансового стану підприємства / О.Г. Піскунов, Н.Г. Мтеленко, Т.П. Лободзинська // Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут" - 2009. - № 6. - С. 80-88.

7. Хотомлянський О. Л. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства / О. Л. Хотомлянський, П. А. Знахуренко // Фінанси України. – 2007. – № 1. – С. 111–117.

Анжеліка Володимирівна Солодка – студентка групи МОф-15мс, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: lika.khrypun@mail.ru

Науковий керівник: **Василь Григорович Фурик** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет.

Angelika V. Solodka - student MOF-15ms, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: lika.khrypun@mail.ru

Supervisor: **Vasily G. Furyk** - PhD, assistant professor of finance and innovation management, Vinnytsia National Technical University.

ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА І ЙОГО ФОРМУВАННЯ

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено економічну сутність власного капіталу підприємства. Розглянуто основні проблеми та складові формування власного капіталу підприємства.

Ключові слова: власний капітал, статутний капітал, пайовий капітал, резервний капітал.

Abstract

The economic essence of the equity of the company. The main problem of the formation of the equity of the company.

Keywords: equity share capital, share capital, reserve capital.

Вступ

Власний капітал становить розвитку та створення підприємства. Структура власного капіталу підприємства та ефективність його використання впливають на формування статку його власників. Власний капітал виступає одним із найважливіших об'єктів управлінського та фінансового обліку, що є основою інформаційного забезпечення фінансового менеджменту. Власний капітал виступає не тільки основою функціонування, створення та розвитку підприємства, а й фактором його фінансової стійкості.

Економічна сутність власного капіталу вивчали і вивчають багато зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема такі як В.В. Бланк, К. Маркс, А. Сміт, Д. Рікардо, Ф.Ф. Бутинец, В.В. Сопко, С.Ф. Голов, Г.Г. Кірейцев, В.М. Івахненко, Г. Андрощук, О.Б. Бутнік-Сіверський, С.М. Ілляшенко, В. Зінов, С. Кокізюк, І.Й. Яремко та інші. Проте ряд важливих питань залишаються невирішеними.

Метою даної роботи є визначення економічної сутності та структури власного капіталу в сучасних умовах господарювання.

Результати дослідження

Створення і нормальне функціонування підприємств будь-якої форми власності неможливе без формування достатнього обсягу власного капіталу. Власний капітал утворюється за рахунок особистої участі власників у його формуванні. При цьому, створюючи капітал підприємства, власник частково втрачає прямий зв'язок з капіталом, і він фактично стає власним капіталом підприємства, а не власника.

За національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», яке затверджено Міністерством фінансів України 07.02.2013 р. № 73, власний капітал – це частина в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань [1]. Власний капітал показує частину майна підприємства, яка фінансується за рахунок коштів власників і власних засобів підприємства. По своїй суті він є не тільки основою для створення підприємства, а й стабільністю і продовженням його господарської діяльності. Враховуючи функції власного капіталу можна зазначити, що його розмір визначає ступінь незалежності та впливу його власників на підприємство, а для кредиторів є показником відповідальності і стабільності підприємства. Чим більший власний капітал і менша кредиторська заборгованість, тим кращі стосунки у підприємства з різними юридичними і фізичними особами.

Управління власним капіталом пов'язане не тільки із забезпеченням ефективного використання вже накопиченої його частини, але і з формуванням власних фінансових ресурсів, що забезпечують майбутній розвиток підприємства.

У складі внутрішніх джерел формування власних фінансових ресурсів основне місце належить прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства. Він формує переважну частину його власних фінансових ресурсів, забезпечує приріст власного капіталу, а відповідно, і ріст ринкової вартості підприємства. Певну роль у складі внутрішніх джерел виконують також амортизаційні відрахування, особливо на підприємствах із високою вартістю власних основних засобів і нематеріальних активів; проте суму власного капіталу підприємства вони не збільшують, а лише є засобом його реінвестування. Інші внутрішні джерела не грають помітної ролі у формуванні власних фінансових ресурсів підприємства.

У складі зовнішніх джерел формування власних фінансових ресурсів основне місце належить залученню підприємством додаткового пайового або акціонерного капіталу. Для окремих підприємств одним із зовнішніх джерел формування власних фінансових ресурсів може бути надана їм безоплатна фінансова допомога, яка надається, як правило, лише окремим державним підприємствам. До числа інших зовнішніх джерел входять безплатно передані підприємству матеріальні та нематеріальні активи, що включаються до складу його балансу [5].

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 [6]. Для того, щоб підприємство ефективно використовувало власний капітал, необхідно прагнути до мінімального залучення позичкового капіталу.

Власний капітал є основою фінансово-економічної бази підприємства, яка використовується для організації власної безперервної та стабільної фінансової діяльності. Відмітимо, що величина власного капіталу найкраще характеризує результативність підприємства, а саме можна оцінити ефективність діяльності підприємства, успішної рентабельної роботи, його високої конкурентоспроможності на ринку і фінансової стійкості. Для кредиторів власний капітал є показником відповідальності і стабільності підприємства. Чим більший власний капітал і менша кредиторська заборгованість, тим кращі стосунки у підприємства з різними юридичними і фізичними особами.

Джерелами власного капіталу є:

- Зареєстрований капітал;
- Капітал у дооцінках ;
- Додатковий капітал ;
- Резервний капітал ;
- Нерозподілений прибуток (непокритий збиток);
- Неоплачений капітал ;
- Вилучений капітал.

Зареєстрований (пайовий) капітал призначено для обліку та узагальнення інформації про стан і рух статутного й іншого зареєстрованого капіталу, пайового капіталу підприємства відповідно до законодавства і установчих документів, а також внесків до оголошеного, але ще не зареєстрованого статутного капіталу [2].

Основу власного капіталу більшості підприємств становить статутний капітал. При його формуванні учасники стикаються з проблемами визначення його загального розміру та розміру кожного внеску, строку сплати внесків. Статутний капітал – зафіксована в установчих документах загальна вартість активів, які є внеском власників (учасників) до капіталу підприємства. Він передбачає забезпечення фінансування і забезпечення ліквідності та є базою для нарахування дивідендів. Отже, він повинен бути направлений на реалізацію інвестиційних проєктів, поліпшення ліквідності та платоспроможності, модернізації чи розширення виробництва, оптимізації дивідендної політики тощо. Законом України «Про господарські товариства» встановлено мінімальний розмір статутного капіталу різних видів товариств [3].

Пайовий капітал – сукупність коштів фізичних і юридичних осіб, добровільно розміщених у товаристві для здійснення його господарської діяльності. Це внески членів споживчого товариства, колективного сільськогосподарського підприємства, житлово-будівельного кооперативу, кредитної

спілки та інших підприємств, що передбачені установчими документами.

Підприємство за необхідністю може створювати резервний капітал, це сума резервів, створених підприємством відповідно до законодавства або статутних документів. Резервний капітал спрямовують на покриття непередбачених витрат у випадку недостатнього прибутку чи збитків, на сплату боргів підприємства в разі його ліквідації. Залишок невикористаних коштів резервного капіталу переходить на наступний календарний рік [4].

Висновки

Таким чином, процес формування власного капіталу підприємства супроводжуються рядом проблем що впливають на управління фінансами. Власний капітал служить фактором, що впливає на управління підприємством, адже через нього визначається організаційна структура підприємства і тим самим реалізується організаційна функція, а також функція управління та контролю.

Підприємства повинні чітко визначати цілі, умови та порядок збільшення чи зменшення власного капіталу, порядок формування та використання резервного та додаткового капіталу, чітко визначати порядок оподаткування операцій, які пов'язані із збільшенням чи зменшенням статутного капіталу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затверджено наказом Міністерства фінансів України 07.02.2013 р. № 73 та зареєстровано в Міністерстві юстиції України 28.02.2013 р. за № 336/22868
2. Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження змін до деяких нормативно правових актів Міністерства фінансів України з бухгалтерського обліку» від 27.06.2013 № 627.
3. Закону України «Про господарські товариства» від 19 . 09.1991р. №1576–ХІІ, із змінами від 18.04.2013, внесеними згідно із Законом № 221-VII.
4. Кадацька А. М. Сутність власного капіталу підприємства / А. М. Кадацька // Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2014. – № 4 (59). – С. 153-156.
5. Катан Л. І. Фінансові ресурси підприємства та особливості їх формування / Л. І. Катан // Вісник Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету. – 2014. – № 6. – С. 38-44
6. Спіфанова І. Ю. Фінансовий аналіз та звітність: практикум / В.В. Зянько, І.Ю. Спіфанова. – Вінницький національний технічний ун-т. – Вінниця : ВНТУ, 2008. – 83с.

Савчук Альбіна Юріївна — студентка групи МОф-13, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: albina.sav4uk@gmail.com

Науковий керівник: **Міронова Юлія Володимирівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця

Albina Y. Savchuk - student group MOF-13, Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: albina.sav4uk@gmail.com

Supervisor: **Yulia V. Mironova** – Candidate of Economic Sciences, docent Department of Finance and Innovation Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.

УПРАВЛІННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

Визначено сутність поняття «платоспроможність». Аргументовано важливість управління платоспроможністю. Визначено класифікацію та фактори впливу на платоспроможність підприємства.

Ключові слова: платоспроможність, фактори впливу на платоспроможність, ліквідність, фінансовий стан.

Abstract

The essence of the concept of "ability to pay". Argued the importance of managing solvency. The economic essence of solvency, classification and its impacts on solvency.

Keywords: solvency, factors of influence on the solvency, liquidity, financial condition

Вступ

На сучасному етапі розвитку національної економіки України, в умовах політичної кризи та політичної нестабільності, ліквідність та платоспроможність підприємства є однією з найважливіших умов їх господарської діяльності. Здатність підприємства вчасно та в повному обсязі розраховуватись за плановими платежами та терміновими зобов'язаннями, підтримуючи при цьому звичайний темп господарської діяльності, є однією з вимог фінансової стабільності підприємства та його конкурентоспроможності. Ліквідність і платоспроможність підприємства дає йому можливість стабільно фінансувати власну діяльність, що відображається у забезпеченості фінансовими ресурсами та характеризує надійність фінансових відносин з іншими фізичними та юридичними особами.

Дослідженням управління ліквідністю та платоспроможністю підприємства займався цілий ряд вчених, серед яких: А.А. Мазаракі, А.В. Ружицький, А.Г. Гончарук, А.І. Ковальов, В.М. Суторміна, В.Ю. Бабаєв, Г.В. Блакита, Г.О. Крамаренко, Дж. К. Ван Хорн, Дж.К. Шим, І.О. Гальченко, Л.М. Блащак, О.Л. Польова, О.Є. Чорна, Т.В. Момот та інші.

Мета дослідження полягає у обґрунтуванні напрямів покращення управління ліквідністю та платоспроможністю підприємства.

Результати дослідження

Для повноцінного функціонування підприємства в сьогоденних умовах, кожне підприємство має дбати про хороші показники платоспроможності. При розробці політики раціонального управління платоспроможністю підприємства розробляється комплекс заходів, спрямованих на забезпечення прискорення оборотності окремих видів поточних активів.

Аналіз фахової літератури вітчизняних та закордонних авторів, котрі присвячені поняттю «платоспроможність», свідчить про наявність різних тлумачень сутності платоспроможності підприємства. А протиріччя в методичних підходах до розрахунку показників, що формують рівень та загальну оцінку платоспроможності підприємства, свідчить про ототожнення даного поняття з

ліквідністю підприємства одними авторами та з фінансовою стійкістю – іншими науковцями. У цій статті ми розглянемо поняття «платоспроможність» за видовою класифікацією цього стану підприємства. Нині не існує єдиного підходу щодо визначення поняття «платоспроможності підприємства», тому розкриття сутності даного показника є актуальним з точки зору теорії [1].

Ліквідність підприємства – це спроможність своєчасно перетворювати активи на гроші з метою виконання необхідних платежів, становить одну із необхідних умов забезпечення платоспроможності. При цьому окремі вчені стверджують, що “платоспроможність ширше поняття, ніж ліквідність” [2], а інші стверджують, що “ліквідність більш містке поняття” [3]. Платоспроможність підприємства визначається як здатність покриття всіх зобов’язань підприємства (короткострокових та довгострокових) усіма активами [4].

Найбільш точно відображає сутність досліджуваного поняття таке визначення: платоспроможність підприємства – це його здатність у повному обсязі й у визначений термін розрахуватися за своїми зобов’язаннями за допомогою грошових ресурсів та інших активів і спроможність здійснювати безперервну фінансово-господарську діяльність.

Платоспроможність характеризує здатність організацій і підприємств своєчасно розраховуватися за своїми зобов’язаннями. Фінансове стійке підприємство, яке працює рентабельно, має реальну можливість бути платоспроможним, оскільки забезпечує в процесі кругообігу виробничих фондів перевищення грошових надходжень над їх видатками, тобто сплачує борги і накопичує власний капітал [5].

Платоспроможність визначається відповідністю доходів і витрат підприємства, яка забезпечує можливість фінансування діяльності та виконання наявних зовнішніх зобов’язань [6].

Оцінка платоспроможності проводиться на основі характеристики ліквідності поточних активів. Під ліквідністю підприємства варто розуміти його здатність покривати зобов’язання активами, строк перетворення яких у грошову форму відповідає строку погашення зобов’язань [7].

Ліквідність підприємства – це його здатність швидко продати активи й одержати гроші для оплати своїх зобов’язань. Ліквідність підприємства характеризується співвідношенням величини його високоліквідних активів (грошові кошти, ринкові цінні папери, дебіторська заборгованість) і короткострокової заборгованості [8]. Ліквідність означає безумовну платоспроможність підприємства і передбачає постійну тотожність між його активами та зобов’язаннями одночасно за загальною сумою, термінами перетворення активів у гроші та термінами погашення зобов’язань.

Методику оцінки платоспроможності підприємства доцільно здійснювати за такими пунктами:

- аналіз ліквідності балансу підприємства;
- оцінка фінансового стану підприємства;
- розрахунок і аналіз основних показників ліквідності;
- розрахунок показників поточної платоспроможності;
- інтегрального показника та загального показника платоспроможності.

До основних напрямів удосконалення управління платоспроможністю слід віднести покращення управління дебіторської заборгованістю, запасами та грошовими потоками цього підприємства.

Існують такі резерви відновлення та підвищення платоспроможності підприємств:

1. Продаж зайвого устаткування, матеріалів і залишків готової продукції.
2. Запровадження прогресивної технології і автоматизації виробництва.
3. Забезпечення фінансової участі персоналу в санації підприємства.
4. Вирішення проблеми енергоспоживання.
5. Використання нових ефективних технологій.
6. Збільшення валового прибутку за рахунок зменшення витрат [9].

Щодо політики управління платоспроможністю на підприємстві, вона має включати наступні заходи:

- орієнтація на більше число дебіторів для мінімізації ризику несплати одним або декількома великими дебіторами;
- встановлення ліміту на максимальну суму кредиту, а також термінів, на які кредити будуть надані;
- внесення в договір пункту про санкції за порушення умов співпраці;
- слідкування за співвідношенням дебіторської і кредиторської заборгованості;
- надання знижок дебіторам за умови дострокового погашення позики;

- страхування ризиків;
- оцінка ділової репутації і платоспроможності дебіторів;
- створення резерву сумнівних боргів;
- створити спеціальний підрозділ для регулювання дебіторської заборгованості, або скористатись послугами аутсорсингових компаній.

Висновки

Управління платоспроможністю підприємств можна репрезентувати як процес управління їх активами і пасивами, а саме грошовими коштами, дебіторською та кредиторською заборгованістю, запасами, позаоборотними активами, залученими ресурсами та власним капіталом. Однією із найважливіших характеристик діяльності підприємств у сучасних умовах є платоспроможність, адже нині діяльність вітчизняних суб'єктів господарювання значною мірою ускладнюється тривалою кризою неплатежів, зростанням дебіторської та кредиторської заборгованості, скороченням виробництва, гострим дефіцитом фінансових ресурсів. Аналіз платоспроможності підприємства є дуже важливим для забезпечення подальшого розвитку суб'єкта господарювання на конкурентному ринку. Платоспроможність тісно переплітається із фінансовою стійкістю і ліквідністю підприємства, що потребує їх комплексного аналізу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Журавльова Ю.Ю. Класифікація зовнішніх факторів впливу на платоспроможність підприємства / Ю. Журавльова // Вісник Київського національного торговельно- економічного університету. – 2005. – № 4. – С. 60-67
2. Іонін Є. Є. Розв'язання питань методологічного обґрунтування понять “платоспроможність” і “ліквідність” / Є. Є. Іонін // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 6. – С.30–43.
3. Тарасенко Н. В. Економічний аналіз промислового підприємства / Н. В. Тарасенко. – Л.: ЛБІ НБУ, 2010. – 386 с.
4. Шеремет А. Д. Методика фінансового аналізу / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулін, Е.В. Негашев. – М. : Инфра-М, 2008. – 208 с.
5. Журавльова Ю.Ю. Сутність платоспроможності підприємства / Ю.Ю. Журавльова // Фінанси України. – 2010. – № 1. – С. 116-120.
6. Смірнова П. В. Оцінка майбутньої ліквідності та платоспроможності підприємства торгівлі / Н. О. Власова, П. В. Смірнова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. / Харк. держ. ун. харчування та торгівлі – Харків, 2011. – Вип. 2. – С. 183–190.
7. Кривдюк А.В., Яцишина С.Є. Дослідження економічної категорії платоспроможності підприємства // Економічний простір. – № 15. – 2008 – С. 185-190.
8. Фінанси підприємств. Непочатенко О.О.: навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2013 – 363с.
9. Андрушко О.Б. Практико-методологічний підхід до ідентифікації кризового стану підприємства / О.Б. Андрушко, М.С. Капустяк // Регіональна економіка. – 2014. – № 4. – С. 66–72.

Палій Галина Володимирівна — студентка групи МОф-13, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: galina.paliy.996@gmail.com

Науковий керівник: **Коваль Наталія Олегівна** — кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Halyna V. Palii – student group MOF-13, Department of Management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: galina.paliy.996@gmail.com

Supervisor: **Natalia O. Koval** – candidate of economic Sciences, associate Professor of the Finance and innovative management, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia.

ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ЗАЛУЧЕНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

¹ Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито структуру джерел фінансування підприємства. Описано джерела формування залучених фінансових ресурсів.

Ключові слова: капітал, залучений капітал, фінансування, фінансові ресурси, джерела фінансування.

Abstract

The structure of sources of financing of the company. Described sources of borrowed resources.

Keywords: capital, debt capital, financing, financial resources, sources of funding.

Вступ

За умов ринкової економіки та високого рівня конкурентноздатності, кожне підприємство прагне зберігати фінансову стабільність, що є важливою передумовою успішного ведення господарської діяльності. Вона досягається налагодженням ритмічної і ефективної роботи підприємств, вмілого управління виробничими фондами і джерелами їх формування.

Результати дослідження

Капітал – це економічна категорія, яка відома давно, але отримала новий зміст в умовах ринкових відносин. Відповідно до Економічної енциклопедії капітал — сукупність виробничих відносин капіталістичного способу виробництва, за яких засоби праці, певні матеріальні блага, гроші, об'єкти інтелектуальної власності та різні види цінних паперів тощо є знаряддям експлуатації, привласнення частини чужої неоплаченої праці [1].

Важливого значення набуває вибір оптимальної структури джерел фінансування підприємств. Структура джерел фінансування підприємства залежить від багатьох факторів. До них варто віднести [2]:

- вид оподаткування доходів підприємства;
- темпи зростання реалізації товарної продукції та їх стабільність;
- структура активів підприємства;
- стан ринку капіталу;
- відсоткова політика комерційних банків;
- рівень управління фінансовими ресурсами підприємства тощо.

Капітал підприємства може формуватися як за рахунок, зовнішніх, так і за рахунок внутрішніх джерел.

До внутрішніх джерел належать [2]:

1. Прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства;
2. Амортизаційні відрахування від основних засобів і нематеріальних активів;
3. Інші внутрішні джерела формування власних фінансових ресурсів.

До зовнішніх джерел можна віднести [2]:

1. Залучення додаткового пайового або акціонерного капіталу;
2. Одержання підприємством безплатної фінансової допомоги;
3. Інші джерела формування власних фінансових ресурсів.

До складу власного капіталу входять фінансові ресурси, які використовуються підприємством без визначеного строку повернення та формуються з наступних джерел [3]:

- Вносяться його засновниками (учасниками);

— збільшуються при зміні вартості активів (дооцінка, емісійний дохід), не пов'язаної із зміною зобов'язань;

— залишаються із чистого прибутку на поповнення статутного і резервного капіталу, або як нерозподілений прибуток. Треба відзначити, що резервний капітал і нерозподілений прибуток не завжди визначають наявність у підприємства резервних коштів. Просто цю частину прибутку власники не отримали у формі дивідендів, а кошти були використані для вкладень в активи;

— надходять на фінансування заходів цільового призначення (асигнування з бюджету та позабюджетних фондів, гуманітарна допомога);

— передаються на умовах безповоротної фінансової допомоги. Сума власного капіталу може зменшуватись внаслідок збиткової господарської діяльності, уцінки вартості активів, надання безповоротної фінансової допомоги, виплати частки активів учасникам, що виходять із складу власників.

Крім джерел власного капіталу, підприємство використовує в своїй діяльності залучені фінансові ресурси, які являють собою його зобов'язання, що розміщуються в активах і передбачають можливе майбутнє вилучення активів. Залежно від строкості залучення фінансових ресурсів їх поділяють на довгострокові (можливий строк використання більше одного року) і короткострокові (строк використання до одного року).

За джерелами формування залучені фінансові ресурси поділяються на [3]:

— позики банківських установ, що потребують платежів за їх обслуговування і повернення сум основного боргу;

— видані векселі для оформлення грошового боргу за фактично одержані активи (поставлені товари, виконані роботи, надані послуги);

— борги постачальникам та підрядникам за одержані товарно-матеріальні цінності, прийняті роботи і послуги;

— одержані аванси (попередня оплата покупців і замовників) під поставку матеріальних цінностей, готової продукції, товарів, виконання робіт, надання послуг;

— зобов'язання за усіма видами платежів, що справляються в дохід бюджету і зборів за страхуванням;

— не виплачені доходи персоналу з оплати праці, а власникам — дивіденди;

— резерви для забезпечення майбутніх витрат і платежів (виплати відпусток і гарантійні зобов'язання);

— поворотну фінансову допомогу, що надається підприємству у користування на визначений строк відповідно до договору.

Для успішного формування капіталу підприємства необхідно [3]:

— здійснити теоретичний аналіз концептуальних підходів щодо визначення сутності та значення капіталу промислового підприємства й уточнити економічний зміст поняття “капітал підприємства” для адекватного структурування і вдосконалення методики аналізу структури капіталу;

— вдосконалити інформаційне забезпечення аналізу формування капіталу підприємства, а також визначити шляхи його оптимізації;

— вдосконалити методику аналізу структури капіталу підприємства з метою об'єктивного вивчення стану та виявлення можливостей її оптимізації;

— дослідити вплив обсягу позиченого капіталу та витрат на відшкодування його вартості на платоспроможність підприємства для встановлення контролю за ними;

— вдосконалити методику аналізу оптимальності структури капіталу підприємства з метою пошуку резервів підвищення ефективності його діяльності;

— розробити методику аналізу потреби підприємства в додатковому капіталі для обґрунтування розміру потреби підприємства в коштах.

Структурування капіталу підприємства за пропонованими класифікаційними ознаками при управлінні процесом його формування, дозволяє створити основу раціонального складу капіталу за джерелами утворення та забезпечити оптимізацію форм залучення з врахуванням специфіки господарської діяльності підприємства й умов її здійснення.

Джерела формування капіталу не можна ототожнювати з самим капіталом підприємства, оскільки право власності або інший вид правових відносин є тільки передумовою для його утворення та отримання доходів. Самі ж доходи утворюються як наслідок використання капіталу.

Висновки

Підприємство в процесі своєї діяльності може використовувати всі доступні йому джерела формування фінансових ресурсів (власні, залучені), забезпечуючи при цьому свою фінансову стабільність. При формуванні значної частки капіталу за рахунок джерел залучених фінансових ресурсів виникає небезпека щодо можливості повернення зобов'язань через додаткові фінансові витрати за право на їх користування. Однак, формування активів за рахунок залучених фінансових ресурсів є привабливим, оскільки плата за їх користування не має прямого зв'язку з майбутнім чистим прибутком підприємства. Залучення фінансових ресурсів є завжди ефективним, якщо відсоток плати за них буде менший, ніж рентабельність активів підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Тарасенко С. І. Дослідження впливу управління капіталом на вартість підприємства [Електронний ресурс] Бібліотека Вернадського. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/vcpi/TPtEV/2010_8/stati/.
2. Крамаренко Г. О. Фінансовий менеджмент [Текст] : підручник / Г. О. Крамаренко, О. Є. Чорна ; Мін-во освіти і науки України. – Київ : Центр учбової літератури, 2014. – 520 с.
3. Швиданенко Г. О. Управління капіталом підприємства [Текст] : навчальний посібник / Г. О. Швиданенко, Н. В. Шевчук ; Мін-во освіти і науки України. – К. : КНЕУ, 2013. – 440 с.

Хомчук Анастасія Ігорівна – студентка групи МОф-16мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Коваль Наталя Олегівна** - к.е.н., доцент кафедри фінансів та інформаційного менеджменту, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Khomchuk Anastasia - Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Supervisor: Koval Natalia - Ph.D., Associate Professor of Finance and Information Management, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University. Vinnytsia.

ОСОБЛИВОСТІ КУРСОВОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛЬНОСТІ ВАЛЮТНОГО КУРСУ ГРОШОВОЇ ОДИНИЦІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У даній статті розглянуто питання ефективності формування валютного курсу гривні. Запропоновано заходи по забезпеченню стабільності валютного курсу грошової одиниці в Україні.

Ключові слова: курсова політика, валютний курс, державне регулювання валютного курсу, стабільність курсу грошової одиниці, інтервенції.

Abstract

In this article the question of efficiency of formation of the exchange rate. The measures to ensure the stability of the exchange rate of the currency in Ukraine.

Keywords: exchange rate policy, exchange rate, government regulation of the exchange rate stability of the currency, intervention.

Вступ

Валютний курс (exchange rate) - це своєрідна форма ціни, яка сплачується в національній грошовій одиниці за одиницю іноземної валюти, і визначається співвідношенням між національною грошовою одиницею та відповідно іноземною валютою, виходячи насамперед з їх купівельної спроможності.

Оскільки валютний курс має безпосереднє практичне значення для всіх тих, хто займається торгівлею, кредитуванням, інвестиційною діяльністю та іншими фінансовими операціями, і відіграє важливу роль у грошово-кредитній політиці держави, то його дослідження слід вважати надто актуальним.

Особливості валютного курсу досліджували такі українські вчені: А. С. Філіпенко [1], В. І. Мазуренко, В. Д. Сікора, Л. В. Руденко, Б. С. Івасів [2], М. І. Савлук [3], А. В. Демківський [4] та інші.

Результати дослідження

В наш час правильне визначення валютних курсів має важливе практичне значення, оскільки валютний курс безпосередньо впливає на ціну імпорту, виражену в національній валюті, та на ціну експорту, що конвертується в іноземну валюту. А його динаміка тісно пов'язана з темпами інфляції і може бути індикатором зовнішньої конкурентоспроможності.

Наразі у міжнародній практиці використовують фіксовані та плаваючі (гнучкі) режими валютних курсів, а також їх певне поєднання. Таке поєднання в сучасних умовах називають змішаним валютним режимом.

Фіксований валютний курс передбачає наявність певного зареєстрованого (офіційного) паритету, який підтримують органи державного валютного контролю. Режим вільно плаваючих курсів називають флоатингом. Під плаваючими обмінними (валютними) курсами (floating exchange rate) розуміють такі курси, рівні яких визначаються на ринку під впливом попиту та пропозиції, що, в свою чергу, залежить від стану платіжного балансу країни, співвідношення відсоткових ставок і темпів інфляції, очікувань учасників ринку, офіційних валютних інтервенцій тощо. За умови введення обмежень, режим вільно плаваючих курсів називають брудним флоатингом, або керованим плаванням. Більшість країн світу в політиці курсоутворення орієнтується саме на ринкове плавання валютних курсів [1].

У нашій країні Національний банк може встановлювати граничні розміри маржі за валютообмінними операціями як на міжбанківському ринку, так і для обмінних пунктів. Також вибір керованого плаваючого курсу найбільш повно відповідає сучасному стану економіки України.

Сьогодні Національному банку України відводиться значна роль в організації валютного ринку, проведенні ефективної відсоткової політики та порядку здійснення валютних операцій. В умовах нинішньої нееластичності торгових цін виникає потреба в значному коригуванні валютного курсу. Останнім часом деякі країни при встановленні курсів своїх національних валют використовують метод "валютного кошика" (наприклад, Польща, Угорщина, Чеська Республіка) або орієнтуються на міжнародні та колективні розрахункові одиниці: СДР (Іран, Бірма, Заїр) та євро.

Офіційний обмінний курс гривні до долара США встановлюється як середньозважений курс між курсами за операціями уповноважених комерційних банків на міжбанківському валютному ринку. Крім того, може враховуватися співвідношення попиту та пропозиції на іноземну валюту на валютному ринку України, стан міжнародних ринків іноземних валют та платіжного балансу країни, зміна обсягу валютних резервів Національного банку України та динаміка основних макроекономічних чинників. Розрахунок офіційних обмінних курсів гривні до іноземних валют, здійснюється Департаментом валютного регулювання та встановлюється за розпорядженням і затверджується керівництвом Національного банку України.

Основними показниками, які характеризують валютно-курсову політику, є динаміка валютного курсу національної грошової одиниці та стан валютних резервів центрального банку держави. Швидкими темпами в Україні відбувається процес девальвації номінального курсу гривні: за січень — лютий він знизився на 0.58%. Експортери все ж не задоволені курсовою політикою НБУ і час від часу висловлюють побажання девальвувати гривню вищими темпами, щоб підвищити ефективність експорту. Із проведених обстежень, скажімо, в металургії, впливає, що близько 70% експортних втрат зумовлено саме неякісним менеджментом, тоді як лише 5% - ревальвацією [2, с. 254] .

Важливими інструментом формування ефективного валютного курсу на сучасному етапі розвитку ринкових відносин є валютні інтервенції, які і здійснює НБУ на валютному ринку.

Це свідчить, що Україна дотримується політики підтримки реального курсу гривні, яка ефективно стимулює експортоорієнтоване економічне зростання. Результатом реалізації такої політики є інтервенції Національного банку на ринку з метою утримати курс гривні від надмірного зростання і позитивне сальдо торговельного балансу України, що наведено в табл. 1[3].

Таблиця 1 – Інтервенції НБУ на валютному ринку в грудні 2015 р.

Назва	Купівля		Продаж	
	Середньозважений курс гривні (за 100 одиниць валюти)	Обсяг (млн. одиниць валюти)	Середньозважений курс гривні (за 100 одиниць валюти)	Обсяг (млн. одиниць валюти)
Усі валютні цінності в доларовому еквіваленті, зокрема:		120		28.6
Долар США	2305.3903	120	2383.9878	28.6
Євро	-	-	-	-

Одним із негативних наслідків інтервенцій вважають можливе зростання інфляції. Справді, НБУ, постійно купуючи валюту на ринку, вводить в обіг додаткову кількість грошей, яка за певних обставин може негативно вплинути на економіку. Збільшення обсягу грошей в обігу відбувається також через механізм рефінансування комерційних банків із боку НБУ. Банки отримують кредити під заставу державних цінних паперів та авальованих векселів. Утім, прямого зв'язку між валютними інтервенціями та інфляцією може не бути, якщо розширення пропозиції грошей ізолювати від спекулятивних фінансових операцій та створити умови для переливання грошової емісії не на валютний ринок, а в реальний сектор економіки [4].

Висновки

В результаті проведеного аналізу можна зробити деякі висновки:

1. Валютно-курсова політика центрального банку держави є складовою частиною його грошово-кредитної політики.
2. Зміни валютного курсу національної грошової одиниці впливають на результати економічної діяльності та виконання боргових зобов'язань держави.
3. Після грошової реформи 1996 р., відбувається девальвація національної грошової одиниці є сприятливою для діяльності експортерів і розрахунків по внутрішніх боргах. В той же час ревальвація сприяє діяльності імпортерів і здійсненню розрахунків по зовнішніх боргах.
4. Девальвація гривні сприяє погіршенню умов економічної діяльності виробників національного сектору економіки.

Пропозиції:

Завданням валютно-курсової політики держави є забезпечення стабільної зовнішньої купівельної спроможності національних грошей. Це виражається в підтримці стабільного валютного курсу національної грошової одиниці держави, а саме такими методами:

- режим курсоутворення;
- підтримка валютних резервів центрального банку на рівні, необхідному для забезпечення стабільності національної валюти;
- зміна ставки рефінансування та норм обов'язкового резервування коштів, залучених банківською системою, проведення центральним банком депозитних операцій та випуск ним власних цінних паперів;
- здійснення заходів валютного регулювання і валютного контролю;
- операції на відкритому ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Міжнародні валютно-кредитні відносини / А. С. Філіпенко, В. І. Мазуренко, В. Д. Сікора та ін.; За ред. А. С. Філіпенка. — К.: Либідь, 1997. — С. 34.
2. Івасів Б.С. Гроші та кредит: Підручник. — Ви. 3-тє, змін. й доп. — Тернопіль: Карт-бланшЄ, К.: Кондор, 2008. — 379 с.
3. Савлук М.І. Нова національна валюта – гривня – працює на економіку України. — 1997. — С. 49.
4. Демківський А.В. Гроші та грошовий обіг. — К.: КНЕУ. 1999. — С. 322.

Катерина Сергіївна Тітова – студентка групи МОз-15, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Василь Григорович Фурик** – к.е.н., доцент, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Kateryna S. Titova - Faculty of Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, titova_katiusha@mail.ru

Supervisor: **Vasyl H. Furyk** - Ph.D. in economics, lecturer, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ПОТЕНЦІАЛ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ВІННИЦЬКОГО РЕГІОНУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

На основі аналізу кількісних показників потенціалу Вінницької області розкриваються унікальні ресурси регіону, зокрема, природні ресурси, виробництво продуктів харчування, енергетика, машинобудування, хімічна та нафтохімічна промисловість. Існує необхідність сприяння місцевої влади у питаннях поліпшення доступу суб'єктів господарювання до об'єктів інженерної інфраструктури.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна привабливість, Вінницький регіон, ринок інвестиційних послуг, малий та середній бізнес.

Abstract

Based on the analysis of quantitative indicators of potential Vinnitsa region revealed unique resources of the region, in particular, natural resources, food production, energy, engineering, chemical and petrochemical industries. There is a need to promote the local authorities in improving access to economic entities of engineering infrastructure.

Keywords: investments, investment attractiveness, Vinnytsia region, the market for investment services, small and medium businesses.

Вступ

Дослідження проблем інвестування економіки завжди знаходилося в центрі уваги економічної науки. Це обумовлено тим, що інвестиції торкаються самих глибинних основ господарської діяльності, визначаючи процес економічного росту в цілому. Дослідженням даної теми займалися: Мітал О.Г., Шило Л.А., Марченко С.К., Орловська Ю.В. та ін.

Метою даного дослідження є оцінка інвестиційної привабливості Вінницької області, визначення основних проблем, пов'язаних з інвестиційною діяльністю області, визначення шляхів їх вирішення.

Результати дослідження

Невід'ємною частиною ринкової економіки та одним з факторів формування середнього класу як основи стабільності та добробуту українського суспільства є малі та середні підприємства (МСП). Розвиток сектору МСП сприяє зменшенню рівня безробіття в країні та збільшенню надходжень до державного бюджету, адже саме сектор МСП створює найбільшу кількість робочих місць. На жаль, в Україні підприємства малого та середнього бізнесу, які становлять 99,8% усіх підприємств в країні, постійно стикаються з низкою труднощів та перешкод, що пов'язані з недосконалістю державного управління у сфері підприємництва та низької ефективністю прийнятих регуляторних актів. Про наявність проблем розвитку сектору МСП свідчить вже те, що в світовому Індексі легкості ведення бізнесу Україна займає одну з найнижчих позицій. Різного роду адміністративні бар'єри негативно впливають на здатність місцевої влади оперативно реагувати на потреби громади, раціонально та прозоро управляти наявними ресурсами та забезпечувати сприятливі умови для ведення підприємницької діяльності та залучення інвестицій в регіони. Динаміка рівня інвестиційної привабливості Вінницької області виявилась однією з найвищих в Україні [3].

Унікальним інвестиційним потенціалом Вінницького регіону є земельні ресурси. Площа сільськогосподарських угідь складає 2 млн. га, із них рілля – 1,7 млн. га, багаторічних насаджень – 54 тис. га, сіножатей – 51 тис. га, пасовищ – 181 тис. га. 21% орних земель займають чорноземи. На території області діє близько 1199 сільськогосподарських підприємств [3].

Величезні потенційні можливості регіону по виробництву м'яса, молока і яєць можна реалізувати при розвитку кормової бази. У Вінницькій області розпочато випуск сучасних комбікормів (домішок) на основі сої і ріпаку. Інвестування в розвиток сучасної кормової бази в поєднанні з багатовіковою культурою скотарства дасть можливість робити продукцію високої якості по порівняно низькій ціні.

Область має позитивні результати майже по всіх макроекономічних показниках. Середні обсяги реалізованої продукції середнього бізнесу з 2012-2015 рр. зросли на 65,82 млн. грн. По темпах приросту обсягів промислового виробництва область зайняла 11 місце серед областей України.

В області відмічається подальше закріплення негативної динаміки розвитку малого підприємництва (зменшились на 1,08 млн. грн.). Протягом 2016 року було зареєстровано 15858 юридичних осіб і 29819 фізичних осіб – підприємців, що на 8,6% зросла кількість юридичних осіб, проте число фізичних осіб зменшилося на 7,8 % від 2013-2016 рр. [3].

На Вінниччині, попри зменшення у 2012-2014 рр., обсяг капітальних інвестицій залишався доволі стабільним та відчутно зріс у 2015 р.- 6989,9 млн. грн. Обсяг залучених з початку інвестування прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) в економіку регіону на 31 грудня 2015р. становив 187,1 млн дол США. До п'ятірки основних країн-інвесторів, на які припадає 68,0% загального обсягу прямих інвестицій, входять: Кіпр – 39,5 млн дол, Австрія – 32,3 млн дол, Франція – 27,3 млн дол, Німеччина – 15,4 млн дол, Польща – 12,6 млн дол [3].

Вінниччина має високий рівень транзитивності території та зручне географічне положення: незначна відстань до столиці, морських портів та кордоні. За протяжністю доріг Вінницька область посідає друге місце в Україні. Регіон рівновіддалений від східних і західних кордонів держави [2].

Вінниччина є найбагатшою на водні ресурси, площа водного дзеркала ставків перевищує 22,5 тис. га. В області проходить частина державного кордону України з Республікою Молдова, її довжина становить 202 км. Через Молдову існує транспортне сполучення до країн ЄС та Балканського півострова. Незначною є віддаленість від морських портів, що мають вихід в Середземне море (м. Одеса – 430 км, м. Миколаїв – 465 км, м. Херсон – 533 км).

Вінницька область має розгалужену мережу автомобільних доріг загальнодержавного і місцевого значення. За коефіцієнтом транзитивності своєї території Вінницька область займає перше місце в Україні. Щільність доріг складає 360 км на 1000 км² території. Територією області проходять автодороги міжнародного значення. Міжнародний аеропорт «Вінниця» розташований на відстані двох кілометрів від м. Вінниця та 7,5 км від залізничної станції обласного центру. Аеропорт має дозвіл на обслуговування міжнародних рейсів. Довжина злітно-посадкової смуги – 2500 м, що дозволяє експлуатувати літаки типу Boeing 737 і Airbus A320 [2].

Основними галузями промисловості є виробництво продуктів харчування, енергетика, машинобудування, хімічна та нафтохімічна промисловість. Основною сільськогосподарською продукцією області є зерно, картопля та цукровий буряк. Для цього регіону характерним є те, що сільське господарство переважає над промисловістю. Сільськогосподарський сектор займає головне місце в економіці регіону. Зокрема, частка сільськогосподарських земель в регіоні становить 68%. Крім того, промислове виробництво значною мірою пов'язане з сільським господарством (65,9% промислового виробництва припадає на продукти харчування, напої та тютюнові вироби) [1].

До потенційних можливостей Вінницької області належать природні ресурси, найбільшим з яких є високоякісні орні землі, економічний, виробничий та туристично- рекреаційний потенціал, інфраструктура, яка забезпечує доволі зручну доступність до регіону. Попри це, подальший розвиток регіону найбільше залежатиме від ефективності використання найвагомішого капіталу, яким є людські ресурси, а також здатності розвинути науково-технічний потенціал та інтегрувати його у виробничі процеси.

Водночас для області характерна наявність негативних тенденцій, зокрема економічний спад, низький рівень інвестування, а також структурні проблеми, зумовлені переважно моносекторальною, сильно залежною від сільського господарства, економікою, що породжує нові виклики перед керівництвом регіону. Тому питання активізації інвестиційної діяльності, покращення можливостей для працевлаштування, підтримки малого й середнього бізнесу, диверсифікації регіональної економіки є дуже актуальними.

При цьому важливо розвивати кооперацію між місцевими підприємствами, сприяти об'єднанню економічних суб'єктів у ланцюги постачань і вироблення кінцевої продукції в регіоні, підтримувати формування кластерів. Такий підхід заохочуватиме товарообіг у межах регіону,

сприятиме розвитку попиту й внутрішньо регіонального ринку, забезпечуватиме випуск продукції з більшою доданою вартістю і може виступити каталізатором активізації регіональної економіки.

Область могла б більш ефективно використовувати своє зручне географічне становище шляхом інтеграції в мультимодальні перевезення, через що актуальним питанням є розвиток логістичних та сервісних потужностей для обслуговування перевезень, передусім вантажних.

Висновки

Таким чином, низький рівень інвестування в області за наявності значного інвестиційного потенціалу вимагає особливої уваги як до присутніх у регіоні, так і до залучення нових прямих іноземних інвестицій і супроводу інвесторів. Необхідно вибудувати системну роботу у цій сфері, креативніше підходити до підготовки й проведення маркетингових заходів. Важливим напрямом діяльності має стати розробка маркетинг-планів, підвищення якості промоційних продуктів та розширення діапазону участі в маркетингових заходах для регіону, формування його позитивного іміджу. Вимагає оновлення та актуалізації інформації як на регіональному інвестиційному порталі, так і на інтерактивній інвестиційній карті України.

Варто зазначити, що представники місцевої влади вбачають вирішення завдань у сфері інвестиційної діяльності в інституційному плані шляхом створення місцевої агенції регіонального розвитку із функцією залучення та супроводу інвесторів.

Представники бізнесу та інститутів громадянського суспільства підтримують таку ініціативу, але вважають за необхідне сформувати потужну команду фахівців та виробити чітку стратегію дій для розвитку регіону, включаючи можливість перегляду та оновлення стратегії регіонального розвитку області.

Необхідне сприяння місцевої влади у питаннях поліпшення доступу суб'єктів господарювання до об'єктів інженерної інфраструктури, зокрема енергозабезпечення, що дало б змогу знизити витрати та пришвидшити реалізацію інвестиційних проектів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Мітал О. Г. Інвестиційна діяльність регіонів на сучасному етапі розвитку економіки // Інвестиції: практика та досвід. – 2008. – №1. – С. 13-17.
2. Марченко С. К. Іноземні інвестиції в умовах економічного зростання Вінницької області (інтернет ресурс. Режим доступу: www.inkonf.org.ua).
3. Проект міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (Проект ПРОМІС) (інтернет ресурс. Режим доступу: www.pleddg.org.ua).

Діана Олександрівна Гладка – студентка групи МОФ-146, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: hladka1997@mail.ru

Науковий керівник: – **Небава Микола Іванович**, кандидат економічних наук, професор, декан факультету менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Diana O. Hladka- Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: hladka1997@mail.ru

Supervisor: **Nebava Mykola Ivanovich**, PhD, Professor, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University. Vinnitsa.

ВДОСКОНАЛЕННЯ СТЕГАНОГРАФІЧНОГО МЕТОДУ КУТТЕРА-ДЖОРДЕНА-БОССЕНА В РАСТРОВИХ ЗОБРАЖЕННЯХ ЗА РАХУНОК ПІДВИЩЕННЯ ПРОПУСКНОЇ ЗДАТНОСТІ

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

Завдання захисту інформації від несанкціонованого доступу є однією з найстаріших завдань, що вирішуються людством. Одними з найефективніших методів приховування інформації є стеганографічні методи. Основна задача стеганографії – приховати секретне повідомлення та передати його отримувачу так, щоб приховати факт передачі повідомлення. Найчастіше у системах безпеки в якості контейнерів для повідомлень використовуються растрові зображення. При приховуванні повідомлення слід використовувати такі методи, які внесуть мінімальний вплив на контейнер, тобто після вбудовування повідомлення, контейнер не викличе підозри у зломисника. Стегосистема складається із стежоконтейнера, секретного ключа, секретного повідомлення, оригінального файлу. Існуючі системи поділяються на ті, що вимагають наявності первісного зображення, що робить передачу незручною, а також ті, що вимагають знання секретного ключа для вилучення повідомлення. Системи першого типу вносять незначні зміни у стежоконтейнер, але виникає складність передачі повідомлення через необхідність наявності у отримувача первісного зображення. Системи другого типу вимагають знання секретного ключа для вилучення повідомлення. Такі системи є найбільш зручними для передавання секретних повідомлень.

Сьогодні постала необхідність вбудовування більшого об'єму інформації у растрові зображення і постає питання необхідності підвищення пропускну здатності методу приховування інформації в растрових зображеннях, тож обрана тема є актуальною на сьогоднішній день. 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) приховання 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 стій-

кість до атак – зменшиться пропускна 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 пропускна 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 проведене дослідження практичної реалізації методу Куттера-Джордана-Боссена, проаналізовано ряд проблем, пов'язаних з характером зображення, що зберігається в вихідному стегоконтейнері [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.

Робота присвячена вирішенню актуальної проблеми підвищення пропускну здатності методу приховування інформації у растрових зображеннях.

Вдосконалення полягає у вбудовуванні даних у 2 канали, що повинно підвищити пропускну здатність методу та використанні іншої колірної моделі для зменшення помітності вбудовування. В якості стегоконтейнерів було запропоновано використовувати файли формату JPEG. Метод підвищення пропускну здатності реалізовано за рахунок використання не лише синього каналу, а й червоного, завдяки цьому розмір вбудовуваного повідомлення було збільшено майже вдвічі. Але погіршилась якість зображення, тому для зменшення помітності змін у зображенні було використано іншу колірну модель, а саме колірну модель YCbCr.

Стійкість як існуючого методу, так і вдосконаленого є досить високою, оскільки виконується дотримання головної вимоги стеганографії – непомітності передавання інформації. Проведений експеримент показав, що вбудовування інформації є найбільш ефективним у 2 канали з використанням перетворення у колірну модель YCbCr.

Також було виконано реалізацію програмного додатку на основі вдосконаленого методу, а саме розроблено програму для вбудовування інформації у зображення. В програмі реалізовано функціонал до кожного з модулів, а саме: вибір зображення, вибір текстового файлу для вбудовування та вилучення прихованої інформації. Було виконано проектування зручного інтерфейсу користувача, який не викликає складності при роботі з програмою.

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: ОНТИ, 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 Карпінець** – 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.

НАВЧАННЯ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 125 «КІБЕРБЕЗПЕКА»: ПОГЛЯД ПЕРШОКУРСНИКІВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Система навчання в університеті принципово відрізняється від навчання у школі, і тому першокурсників потрібно «учити навчатися».

Ключові слова: навчання, університет, першокурсники, кібербезпека, зворотний зв'язок.

Abstract

The system of university education is different from learning in school, so first year students should "learn to learn".

Keywords: education, university, first year students, cybersecurity, feedback.

Вступ

Бажання вступити до ВНТУ з'явилося ще в 10 класі, тому я прийшла навчатись в заочну фізико-математичну школу. Там проводилась профорієнтація учнів, на якій нас знайомили з спеціальностями, що можна набути під час навчання в ВНТУ, проводили екскурсії в навчальні корпуси та лабораторії. З того самого дня моєю головною мрією було потрапити на бюджетну форму навчання зі спеціальності 125 «Кібербезпека».

Тепер я знаю, що мій власний шлях до ВНТУ є характерним для першокурсників: за даними [1] 39% студентів пройшли саме ним. Мені пощастило, бо я навчалася у заочній фізико-математичній школі ВНТУ, і тому мала можливість спілкуватися із викладачами, які працюють за спеціалізацією «Управління інформаційною безпекою». На жаль, інші старшокласники не мали такої можливості познайомитися з усіма перевагами ВНТУ в порівнянні із іншими вищими навчальними закладами Вінниці та України у цілому.

Шкода, що тільки вже під час навчання я познайомилася із статтею [2]: для абітурієнтів там викладено дуже важливий матеріал, який навчає їх, як усвідомлено вибрати як спеціальність для навчання, так і вищий навчальний заклад. Сьогодні ця стаття є надзвичайно актуальною, оскільки документи подаються дистанційно, і першокурсники вперше приходять до університету вже фактично у вересні.

Метою роботи є рефлексії та роздуми першокурсників із спеціальності 125 «Кібербезпека» щодо того, як ми сприймаємо початок нашого навчання. Цей матеріал може бути цікавий для широкого загалу як студентів, так і викладачів.

Результати дослідження

Ми очікували, що одразу ж з першого курсу ми будемо вивчати багато спеціалізованих предметів, які пов'язані з захистом інформації. Більше всього у той момент (на початку нашого навчання) нам хотілося побувати на так званій практиці. Але, як показало життя, наші очікування не справдилися...

Варто було провчитись один семестр першого курсу, і віра в дійсно цікаве навчання, а також увесь ентузіазм почав зменшуватися. Дуже прикро розуміти, що рутини, не зв'язані один з одним загальні предмети і нудна бюрократія одразу ж почали руйнувати наше уявлення про спеціальність 125 «Кібербезпека» та розвіювати наш ентузіазм та уявлення про спеціальність.

Ми вважаємо, що студентів-першокурсників потрібно зацікавити у спеціальності 125 «Кібербезпека» та конкретно у спеціалізації «Управління інформаційною безпекою». Наприклад, для цього можна було б використати наявність спеціалізованої лабораторії із технічного захисту інформації, де на деяких заняттях можна було б запропонувати гру типу «знайди жучка», через яку познайомити нас із існуючими методами знаходження підслуховуючих пристроїв. Нам було б цікаво самим знайти хоч

один пристрій. Це можна було б зробити в ігровій формі: декілька студентів ховають, а декілька студентів – знаходять «жучок». До того ж, це надало б нам уявлення про практичну діяльність у сфері кібербезпеки.

Також цікаво було б, щоб нам продемонстрували, як саме діють російські ЗМІ під час так званої «гібридної війни». Нещодавно Міністр оборони Росії сповістив, що в Росії створені «інформаційні війська». Так, у [3] говориться:

«В министерстве обороны прекрасно понимают, что такое информационная война. Содержанием любой современной войны являются операции по подрыву военного, экономического потенциала, по разложению морального состояния войск, операции, которые дискредитируют руководство страны, в том числе военное», – в свою очередь сказал бывший начальник главного управления международного военного сотрудничества Минобороны России, президент Академии геополитических проблем генерал-полковник Леонид Ивашов.»

Ми всі володіємо Інтернетом, «сидимо» в соціальних мережах. І для нас було б цікаво, щоб наші викладачі допомогли нам знайти приклади таких інформаційно-психологічних атак як на Україну, так і на інші країни.

По суті, навіть ми самі є цілями негативного інформаційного впливу з боку Росії, і тому ми повинні знати способи розпізнавання такого впливу та захисту від нього.

Нам здається, що для спілкування з викладачами доцільно було б використовувати соціальні мережі. Також було б корисно для першокурсників сформулювати файл із FAQ – Frequently Asked Questions (питання, що часто задаються). Це легко зробити за 1-2 роки, аналізуючи питання першокурсників, які будуть задаватися протягом цього часу. Таке спілкування також надасть можливість викладачам підготувати більш ефективні навчальні матеріали. До речі, за інформацією із іноземних кінофільмів, наявність зворотного зв'язку від студента до викладача є обов'язковим атрибутом університетів Європи та США.

Нарешті, ми зовсім не знаємо, чим саме займаються наші викладачі, які в них є наукові результати. Для нас було б цікаво, щоб наші викладачі розробили презентацію отриманих ними наукових та практичних результатів. Це допомогло б нам знайти тих викладачів, з якими ми хотіли б спілкуватися.

Виявилися деякі проблеми і під час навчання. Є предмети, які занадто складно викладаються, щоб їх одразу зрозуміти, особливо, якщо основний матеріал дається на самостійне опрацювання.

У нас занадто багато часу забирає підготовка до практичних і лабораторних занять, яка потрібна для їх виконання значних зусиль. Часто виникають запитання до викладачів, але консультації не завжди можна отримати.

Нам здається, що у ВНЗ ніхто не займається вивченням того, скільки часу витрачає студент на виконання завдань на самостійну роботу, виконання практичних та лабораторних робіт під час семестру. У нас складається враження, що витрати часу на це значно перевищують 24 години на добу. Ми б хотіли мати інформацію про це, а також пояснення, як саме нам встигнути виконати всі ті завдання, які нам задають.

Також не подобається як складено розклад уроків. Наприклад, нераціонально виділені навчальні аудиторії для ряду предметів, внаслідок чого ми інколи вимушені ходити з корпусу в корпус декілька разів, що незручно у зимовий час та погану погоду. Через це, до речі, ми буваємо запізнюємося на заняття.

15-хвилинні перерви між уроками здаються нам занадто великими. Ми знаємо, що у багатьох університетах України та за кордоном викладання здійснюється «парами». Хотілося б, щоб нам пояснили, у чому «переваги» уроків. Такі великі перерви призводять до того, що ми змушені нераціонально використовувати свій час, витрачаючи його або на бездумне «сидіння» на перервах, або ж на бігання між корпусами ВНТУ. По суті, 15-хвилинні перерви «крадуть» наш час, який ми могли б витратити на виконання самостійних занять. Наприклад, перерви між 5-ма уроками складають 1 годину: а це складає порядку 10% часу, який студент може витратити на самостійне освоєння матеріалу! Якщо зробити «пари» та 10-хвилинні перерви між ними, то за 6 «уроків» ми виграємо 55 хвилин ($15 \times 5 - 2 \times 10 = 55$), - тобто додатково 10% до часу, який ми можемо витратити на навчання!

Також нас турбує, що основне навантаження припадає на кінець семестру, що забирає сили і до сесії важко готуватися.

Є аудиторії в яких старі дерев'яні вікна, тому восени та взимку в аудиторіях холодно. Старшокурсники, які вивчали предмет «Охорона праці» сміються і кажуть, що Законом України заборонено

навчатися, коли температура в аудиторії менша ніж 16 градусів. В декількох аудиторіях на 4-му поверсі 2-го корпусу є термометри, – і температура на них часто менша за 10-12 градусів. Студенти Київського національного університету вийшли на протест проти холоду в аудиторіях [4]...

Через занадто великий обсяг роботи кожен студент стає перед вибором: або витратити свій час лише на навчання та наукову діяльність, або витратити його на громадську діяльність і особисте життя. Маючи досить різноманітний і неосяжний матеріал важко знайти час на відпочинок. З кожним робочим місяцем рівень продуктивності праці падає, а ось рівень втоми тільки зростає, що негативно впливає на здоров'ї першокурсників.

Нам подобається, що до нас приїжджають спеціалісти з інших країн та проводять лекції англійською мовою. Це гарна нагода поспілкуватися з носієм мови, котра є вкрай важливою і розповсюдженою по всій земній кулі. Також подібні ситуації корисні для кращого опанування своєї спеціальності.

Висновки

Першокурсники є специфічним контингентом в університеті. Саме в університеті вони вперше в житті розпочинають самостійний рух у житті та вперше самі несуть відповідальність за свої дії. Тому вони потребують допомоги та особливого відношення, особливо у перші семестри навчання.

Система навчання в університеті принципово відрізняється від навчання у школі, і тому першокурсників потрібно «учити навчатися».

Сьогодні в Україні профорієнтаційна робота є недостатньою, і тому першокурсникам потрібно проводити ознайомлення із специфікою діяльності за тією спеціальністю та спеціалізацією, яку вони обрали.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Белзецький Р. С. Мотиваційні фактори, які вплинули на вибір ВНТУ студентами 2015 року вступу / Р. С. Белзецький, О. В. Бурдейна // Вісник Вінницького політехнічного інституту. — 2016. — No 5. — С.124-129.

2. Shiyani Anatoliy A. and Nikiforova, Liliya O., How to Analyze the Universities in Ukraine: Guide for Applicants from Secondary School (June 1, 2013). – Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2272971> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2272971>. – 20 p.

3. «Информационные войска РФ будут проводить свою политику во всем мире». – Адреса сторінки в Інтернеті: <https://news.mail.ru/politics/28871842/?frommail=1>.

4. «КНУ Протест» починається з мене. – Адреса сторінки в Інтернеті: <https://life.pravda.com.ua/columns/2017/01/19/222118/>.

Кашиканова Анастасія Андріївна — студентка групи УБ-16б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: wizard.akela@gmail.com

Науковий керівник: **Шиян Анатолій Антонович** — к-т фіз.-мат. наук, професор, кафедра менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Kashkanova Anastasia A. — Department of Management and Information Systems Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: wizard.akela@gmail.com

Supervisor: **Shiyani Anatoliy A.** — PhD. (Physics), Professor, Department of Management and Information Systems Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

МЕТОД ВИЗНАЧЕННЯ ПРИДАТНИХ ОБЛАСТЕЙ ВЕКТОРНИХ ЗОБРАЖЕНЬ ДЛЯ ВБУДОВУВАННЯ ЦВЗ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В доповіді розглянуто метод захисту 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 for vector graphics of digital watermarks ensuring mitigation of its embedding image quality. It analyzed the stability of the proposed method to the most common malicious attacks aimed at the destruction or substitution digital watermark, the results of which showed a sufficient level of stability at the level of known methods.

Keywords: steganography, digital watermark, copyright protection, discrete cosine transform, vector image..

Вступ

Цифрові зображення векторного формату сьогодні дуже широко використовуються в комп'ютерних системах. В зв'язку з цим актуальною стає проблема захисту векторних зображень. При цьому особливий інтерес викликає таке забезпечення захисту, для якого не потрібно наявності оригіналу для підтвердження права власності.

Цю проблему вирішують методи вбудовування цифрових водяних знаків (ЦВЗ) у зображення. Серед них найбільшого поширення отримали методи, які базуються на частотних перетвореннях, зокрема метод Войта-Янга-Буша, який базується на одновимірному дискретному косинусному перетворенні (ДКП). Даний метод забезпечує зменшення впливу ЦВЗ при його вбудовуванні на якість зображення, однак сумарна похибка відхилення координат точок відносно оригіналу в деяких випадках є досить значною.

Результати дослідження

В доповіді висвітлено такі питання.

Було запропоновано метод, згідно якого для зменшення сумарної похибки відхилення координат точок від оригіналу використовується двовимірне ДКП над масивами розміром 8×8 [1-3]. При цьому для вбудовування бітів ЦВЗ у блоки зображення коефіцієнти ДКП змінюються на невелику величину, яка залежить від значень високочастотних коефіцієнтів у блоці. Це дало можливість зменшити вплив ЦВЗ на якість зображення при розпізнаванні бітів при витягуванні ЦВЗ.

Було проведено аналіз запропонованого методу щодо рівня спотворення зображення внаслідок вбудовування ЦВЗ. Аналіз показав, що в порівнянні з іншими методами, найменший рівень спотворення зображень забезпечує запропонований метод, проте в деяких випадках відхилення окремих точок були досить значними.

Для вирішення цієї проблеми запропоновано метод відбору придатних матриць, зміна коефіцієнтів в яких не призводить до значної зміни координат точок векторного зображення [4-5]. Результати аналізу показали, що такий метод дозволяє в деяких випадках зменшити максимальні відхилення точок внаслідок вбудовування ЦВЗ у 20 разів [6-7]. Але такий підхід також зменшує кількість бітів ЦВЗ, які можна вбудувати у зображення.

Тому, якщо не вистачає придатних матриць для вбудовування усіх бітів ЦВЗ, було запропоновано метод, що забезпечує більшу кількість придатних матриць коефіцієнтів ДКП. Суть методу полягає у зміні трьох коефіцієнтів однієї матриці, які беруть участь у вбудовуванні ЦВЗ таким чином, щоб їхні

значення відповідали умовам придатності матриці коефіцієнтів ДКП для вбудовування. Для цього деякі з цих трьох коефіцієнтів змінюються на граничне значення, що використовується для визначення придатності матриць для вбудовування. Це забезпечує більшу кількість придатних матриць при однаковому граничному значенні та відносно невелике збільшення рівня спотворення зображення.

Висновки

Запропоновано метод захисту векторних зображень цифровими водяними знаками із забезпеченням зменшення впливу його вбудовування на якість зображення. Особливістю методу є те, що вбудовування бітів ЦВЗ здійснюється лише у ті матриці коефіцієнтів ДКП, зміна яких не призводить до значних відхилень координат точок зображення. Для визначення придатних для вбудовування матриць запропоновано умови відбору з використанням граничного значення величини зміни коефіцієнтів внаслідок вбудовування ЦВЗ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Карпінець В. В., Яремчук Ю. Є. Аналіз впливу цифрових водяних знаків на якість векторних зображень // Сучасний захист інформації. – 2011. – №1. – С.72-82.
2. Карпінець В. В., Яремчук Ю. Є. Аналіз рівня спотворень векторних зображень внаслідок вбудовування цифрових водяних знаків / В.В. Карпінець, Ю.Є. Яремчук // Сучасний захист інформації. – 2011. – №2. – С.94 – 99
3. Карпінець В. В., Яремчук Ю. Є. Аналіз сучасних методів вирішення проблеми захисту авторського права векторних зображень / В.В. Карпінець, Ю.Є. Яремчук // Сучасна спеціальна техніка. – №3, 2013. – С. 102–113.
4. Карпінець В. В., Яремчук Ю. Є. Забезпечення захисту векторних зображень від атак спрямованих на видалення цифрових водяних знаків / В.В. Карпінець, Ю.Є. Яремчук // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – №15 (204), Частина 1, 2013. – С. 62–68.
5. Карпінець В. В., Яремчук Ю. Є. Аналіз впливу параметрів відбору придатних матриць ДКП векторних зображень на спотворення та розмір ЦВЗ / В.В. Карпінець, 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. – Pp. 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 Карпінець – 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.

РОЗРОБКА ПРОГРАМИ АВТЕНТИФІКАЦІЇ ЗА ГОЛОСОМ ДЛЯ СИСТЕМ БЕЗПЕКИ

Вінницький національний технічний університет;

Анотація

В даній роботі розглянуто та досліджено системи безпеки обмеження доступу за допомогою біометричної ідентифікації, а саме автентифікації в системах безпеки за допомогою голосу. Досліджено процес автентифікації за голосом і на основі розроблено метод реалізації програмного продукту. При розробці програми, було використано математичні алгоритми побудови системи, процес порівняння зразків голосу, який включає в себе багаторічний процес, та обрано оптимальну мову програмування і середовище де безпосередньо здійснювалася розробка програмного продукту для систем безпеки. Також було розглянуто практичне застосування розробки, а програмний продукт був перевірений шляхом тестування

Ключові слова: захист інформації; біометричні системи; аутентифікація за голосом.

Abstract

In this work is investigate security restrict access using biometric identification, such as authentication in security systems by voice. The process of authentication and voice based on the method of implementation of the software. In developing the program, used mathematical algorithms system of comparing samples to vote, which includes a multi-layered process, and selected the optimal programming language and environment which was carried directly Development of software for security systems. It was also considered practical application development and software product was tested by the test.

Keywords: information security; Biometric systems; voice authentication.

Вступ

У міру розвитку комп'ютерних мереж і розширення сфер автоматизації цінність інформації неухильно зростає. Державні секрети, наукові праці, комерційні, юридичні та лікарські таємниці все частіше довіряються комп'ютерним базам, які, як правило, підключені до локальних і корпоративних мереж. Популярність глобальної мережі Інтернет, з одного боку, відкриває величезні можливості для електронної комерції, але, з іншого боку, створює потребу в більш надійних засобах безпеки для захисту корпоративних даних від доступу ззовні.

Для доступу до системи потрібно застосовувати такі методи ідентифікації, які не працюють у відриві від їх носія. Цій вимозі відповідають біометричні характеристики людського організму. Сучасні біометричні технології дозволяють ідентифікувати особу за фізіологічними та психологічними ознаками.

Результати дослідження

Вхідними параметрами для програми ідентифікації користувача є його ідентифікатор, наприклад ім'я та прізвище або яке-небудь слово, і якийсь фрагмент безперервної мови. На основі цих даних може бути прийнято тільки два рішення:

- позитивне - користувач зареєстрований в системі і намагається увійти під своїм власним ім'ям;
- негативне - користувач не зареєстрований або ж він намагається отримати доступ по чужому ідентифікатору.

Розробляється система ідентифікації заснована на використанні ключового слова або фрази. Це дозволяє спростити алгоритм верифікації і, в той же час, зменшити число хибнопозитивних спрацьовувань, тому що кожен користувач може мати свою індивідуальну (секретну) фразу.

Завдання ідентифікації входять в одну з областей штучного інтелекту - розпізнавання образів. При цьому в якості способу розуміється сукупність деяких параметрів, що характеризують об'єкт. У даній роботі кожен фрагмент визначається тільки одним параметром - мірою його схожості з відповідним еталоном. При цьому міра подібності може змінюватися в інтервалі від 0 до 1. Чим ближче міра подібності до 1, тим більше спільного між досліджуваним фрагментом і відповідним йому еталоном.

Ознака утворює одновимірний простір, який ділитися на дві частини. При попаданні параметра в них приймається відповідне рішення - позитивне або негативне. Хоча можливий поділ і на три області - позитивну, негативну і невизначеність, коли системі складно точно визначити приналежність користувача. В обох випадках значення кордонів розраховуються для кожного користувача окремо на етапі реєстрації.

У загальному вигляді система ідентифікації користувача складається з двох частин: етап реєстрації, що здійснюється лише один раз, і етап власної ідентифікації, який проводиться кожного разу, коли необхідно дати допуск.

На етапі реєстрації новий користувач вводить свій ідентифікатор, наприклад ім'я та прізвище, а потім вимовляє кілька разів ключове слово або фразу (створюються еталони). Число повторів ключової фрази може варіюватися для кожного користувача, а може бути постійним для всіх. Наприклад, в системі, що розробляється, число повторів було прийнято рівним трьом. Після попередньої обробки фрагменти попарно порівнюються, і на основі їх заходів подібності обчислюється значення кордону для поділу простору ознак. Найпростішою функцією для обчислення кордону можна прийняти пошук мінімуму або середнього арифметичного для результатів попарного порівняння еталонів.

На етапі ідентифікації користувач вводить або вибирає зі списку свій ідентифікатор і вимовляє ключову фразу. Після її попередньої обробки вона порівнюється з усіма фрагментами і обчислюється середня міра подібності. Якщо її значення менше значення кордону поділу для даного користувача, то приймається негативне рішення, в іншому випадку приймається позитивне рішення.

Для цього було розроблено програмне забезпечення для реєстрації користувачів і для входу в систему.

При тестуванні використовувалися 6 чоловічих голосів і 2 жіночих. Схожість голосів визначається у відсотках, тому потрібно з'ясувати максимально можливий поріг збігу. Еталонний голос використовувався чоловічий, тому для тестування використовувалася велика кількість саме чоловічих голосів.

Тестування проводилося на дуже слабкій звуковій карті інтегрованій в материнську плату. Картка з високим рівнем шуму і ігноруванням високих і низьких частот, а також зі слабким мікрофоном, який не забезпечує необхідний рівень запису. З хорошою звуковою підсистемою, можна домогтися значно кращих результатів.

Помилки в програмі в ході тестування виявлено не було.

Висновки

Розроблений програмний продукт дозволяє визначити легальність використання інформації, яка зберігається на комп'ютері, та надійність захисту від несанкціонованого використання. Також метод ідентифікації за голосом є простим для користувача та не вимагає додаткових маніпуляцій для встановлення та використання програмного забезпечення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Цирлов В.Л. Основы информационной безопасности автоматизированных систем: краткий курс. - Феникс, 2012 г. - 387 с.
2. Ю.Н. Хитрова, Применение речевой биометрии в системах ограничения доступа. [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.e—expo.ru/docs/sp/cat/data/media/18_ru.pdf

Коломієць Марія Володимирівна — студентка групи УБ-16м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: maria181mvk@gmail.com

Науковий керівник: Яремчук Юрій Євгенович — доктор технічних наук, професор кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Kolomiets Maria V.— Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : maria181mvk@gmail.com

Supervisor: Yaremchuk Yuriy Y.— DrSci, Professor of Management and Security of Information systems, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ВИЯВЛЕННЯ АГЕНТІВ ЗАГРОЗ КОНФІДЕНЦІЙНОСТІ НА ОСНОВІ МНОЖИНИ СПІЛЬНОТ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ

Вінницький національний технічний університет;

Анотація

У доповіді розглянуто існуючі методи виявлення агентів загроз конфіденційності інформації з використанням соціальних мереж. Наведено попередні досягнення та перспективи розвитку напрямку.

Ключові слова: загроза, агент, конфіденційність інформації, соціальна мережа.

Abstract

The report describes existing methods for identifying of privacy threats agents with using of the social networks. Earlier achievements and prospects of the development direction are specified.

Keywords: threat, agent, information privacy, social network.

Вступ

Економічна стабільність підприємства ґрунтується на ряді показників, серед яких є збереження конфіденційності, цілісності, доступності інформації, що пов'язана з його діяльністю. Технічні та програмні засоби не здатні повною мірою захистити від витіку інформації, оскільки неможливо повністю виключити людський фактор.

Соціальні мережі є невід'ємною частиною сучасного життя. Учасники соціальних мереж оприлюднюють особисту інформацію без жодних застережень. Так само можлива ймовірність навмисного або випадкового оприлюднення конфіденційної інформації підприємства, на якому працюють ці учасники. Із зростанням поширення інформації через соціальні мережі зростає інтерес до неї.

Метою роботи є дослідження існуючих методів виявлення агентів загроз конфіденційності та розширення досліджень із [3] на певну множину груп соціальної мережі з метою виявлення перехресних результатів щодо агентів та зведення їх у мережу агентів впливу.

Результати дослідження

Кількісних показників виявлення агентів впливу порівняно мало. Більшість показників опирається на психологічні характеристики особистості, які можуть бути вдало приховані під час дослідження.

У [1] було проведено дослідження з використанням соціограм 11 людей, у якій кожному із досліджуваних пропонувалось представити себе в цій групі, визначити позицію і прогнозувати виконання запитів іншими людьми.

У [2] описано метод виявлення агентів загроз на основі модифікації соціометричних показників, що не потребує безпосереднього опитування потенційних агентів. Описаний метод є перспективним інструментом для виявлення агентів загроз конфіденційності серед агентів, що є складовою соціальної мережі. Групування кількісних значень коефіцієнтів дозволяє здійснити кількісний аналіз інформаційних процесів у соціальній мережі.

У [3] наведено результати дослідження неформальної комунікації у соціальних мережах для виявлення агентів загроз конфіденційності, а також описано розробку програмного забезпечення як інструменту досліджень, на прикладі конкретної соціальної групи розглянуто застосування програмного забезпечення.

Для проведення досліджень було розроблено програмне забезпечення на основі розробок [2] і [3]. Дане програмне забезпечення дозволяє розширити дослідження та виявити агентів загроз конфіденційності на множині груп соціальної мережі. Отримані показники дають уявлення про активність особистості у певній соціальній групі, показників його ставлення до групи та групи до нього. Порівняння цих показників відносно множини груп дають уявлення про можливу прихильність потенційного агента до активності у групах учасників підприємства-конкурента, що може свідчити про можливий витік інформації через даного співробітника.

Висновки

Дослідження методів виявлення агентів загроз конфіденційності виявило, що найбільш поширеними є методи, які полягають в опитуванні потенційних агентів. Та існують і такі, що виключають цю необхідність. Наприклад, метод виявлення агентів загроз на основі модифікації соціометричних показників не потребує безпосереднього опитування потенційних агентів. Для проведення досліджень за даним методом було розроблене програмне забезпечення, що дозволяє виявити агентів загроз конфіденційності на множині груп соціальної мережі. Показники, що отримані в ході досліджень можуть бути використані підприємством для виявлення осіб, що можуть нести загрозу конфіденційності інформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Smith R.A. Understanding the Influential People and Social Structures Shaping Compliance / R.A. Smith, E.L. Fink // Journal of Social Structure. — 2015. — Vol. 16. — 15 і. — Режим доступу: <https://www.cmu.edu/joss/content/articles/volume16/SmithFink.pdf>
2. 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.
3. Нікіфорова Л. О. Дослідження показників неформальної комунікації у соціальних мережах для виявлення агентів загроз конфіденційності / Л. О. Нікіфорова, Н. В. Горох, Г. О. Лебедева, О. В. Салієва // Реєстрація, зберігання і обробка даних. — 2016. — Т. 18, № 1. — С.52-62

Чернецька Марія Вікторівна — студентка групи 2УБ-13, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: mariachernetska@outlook.com

Науковий керівник: **Шиян Анатолій Антонович** — кандидат фізико-математичних наук, професор, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Chernetska Mariia V. — Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: mariachernetska@outlook.com

Supervisor: **Shyian Anatoliy A.** — PhD, Professor, Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ФАКТОРИ ЗАГРОЗ ІНФОРМАЦІЙНІЙ БЕЗПЕЦІ СУСПІЛЬСТВА ВІД СУЧАСНОГО СТАНУ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ

Вінницький національний технічний університет;

Анотація

Проаналізовано стан вищої освіти України та започаткованих у ній змін з точки зору їх впливу на Національну безпеку.

Ключові слова: загроза, інформаційна безпека, суспільство, вища освіта, Україна.

Abstract

The paper analyses the states and processes in higher education in Ukraine in terms of their impact on National Security.

Keywords: danger, information security, community, higher education, Ukraine.

Вступ

Достовірність інформації є основним показником, який забезпечує інформаційну безпеку суспільства. Сучасний стан інформаційного забезпечення вищої освіти не може задовольнити суспільство України.

Вищі навчальні заклади (ВНЗ), з точки зору економіки, «продають» *репутацію* своїх викладачів. Репутацію передовсім наукову: у всіх вакансіях для викладачів ВНЗ у розвинених країнах та у більшості країн світу взагалі, завжди вказуються тільки вимоги до області наукових інтересів та до рівня журналів, в яких викладені ці результати. Інші характеристики майбутнього викладача, як то «добре підвішений язик», наявність «педагогічного стажу», «патріотизм», «висока моральність» тощо, що є звичним для умов України, не використовується. (Дійсно: важко вимагати від, наприклад, викладача-німця, щоб він проявляв «патріотизм до Франції».)

Метою доповіді є аналіз стану вищої освіти України та започаткованих у ній змін з точки зору їх впливу на Національну безпеку.

Результати дослідження

В усіх розвинених країнах та й у більшості країн взагалі, викладачі ВНЗ відбираються адміністрацією виключно за їх науковими результатами. Враховуються, як правило, наукові публікації виключно у наукових журналах із найвищою репутацією. Практично всі ці журнали зібрані у базі даних, яка зветься Web of Science. Враховується також і той резонанс, який мають наукові результати, які отримані претендентом. Як правило, для цього застосовують ряд наукометричних показників, серед яких виділяються загальна кількість цитувань даного автора (часто додаються слова «без самоцитування») та його індекс Хірша (який свідчить про певну сталість автора у отриманні значних наукових результатів).

Для України сьогодні вже потрібен певний *перехідний* період, під час якого можна враховувати менш достовірну базу даних Scopus. До того ж, на відміну від бази даних Web of Science, база даних Scopus дозволяє отримати дані як щодо кількості цитувань та індексу Хірша конкретного науковця, так і щодо динаміки публікацій та цитування за останні роки.

Намагання в Україні використовувати базу даних Google Академія є абсолютно некоректним, так як включає в розгляд так звані «фахові наукові журнали», в яких, як правило, статті не рецензуються. Більш того: більшість таких журналів мають за мету або задоволення амбіцій деяких членів їх спецрад, або носять явний комерційний характер. В усякому разі, вони настільки далекі від науки, що для більшості із них багато науковців використовують назву «мурзилки» («Мурзилка» - ілюстрований журнал для дітей дошкільного віку за часів СРСР).

Наприклад, багато викладачів ВНЗ України мають понад півтисячі цитувань по базі даних Google Академія, але *не мають жодного цитування* за базою даних Scopus.

Науковий рівень викладачів, які працюють у ВНЗ України, є надзвичайно низьким. Наприклад, розглянемо дані, наведені на нас. 1, які опрацьовано за даними [1,2]. Із даних за 2016 рік видно, що понад 1 тисячу цитувань мають 29 ВНЗ, що складає менше 10% із понад 300 існуючих на сьогодні.

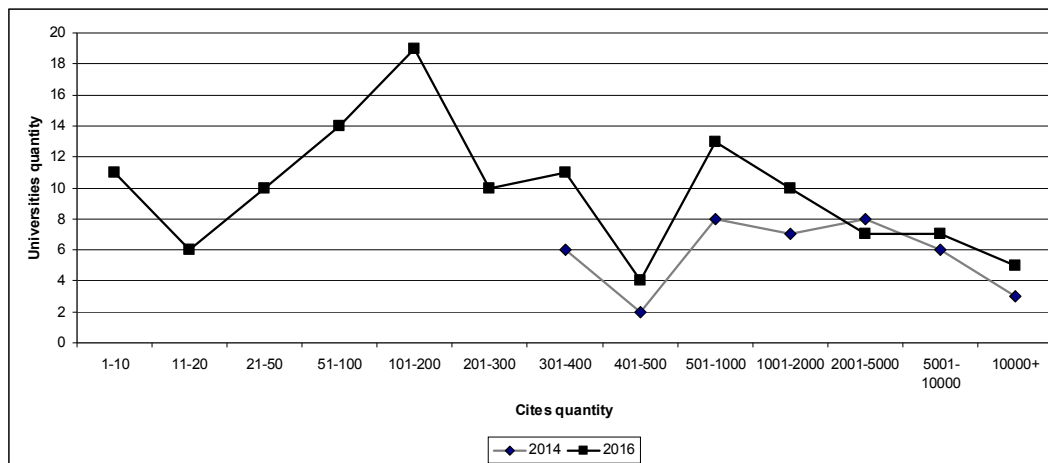


Рис. 1. Розподіл кількості ВНЗ України за кількістю цитувань наукових результатів їх викладачів у базі даних Scopus.

Для того, щоб зрозуміти рівень відсталості українських ВНЗ, наведемо в табл. 1 дані щодо декількох професорів University of Arizona, Tucson, Engineering, США. Були вибрані професори із комп'ютерних наук: у цій сфері діяльність науковця що у США, що в Україні – вимагає практично *однакових* ресурсів. Так що різниця в кількості цитувань практично *тотожна* різниці в науковому рівні людини.

Таблиця 1. Кількість цитувань, індекс Хірша та кількість публікацій для декількох професорів University of Arizona, Tucson, Engineering, США.

Ідентифікація	Цитування	Індекс Хірша	Кількість документів
Chan Cholik , Department of Mechanical and Aerospace Engineering	937	15	83
Cvijetić Milorad M. , College of Optical Sciences	488	11	125
Raghavan Srini , Department of Materials Science and Engineering	1429	20	163

Як видно із результатів табл. 1, трьох професорів із не самого найкращого університету США більш ніж достатньо, щоб, із *наукової* точки зору, бути еквівалентними 19 *найкращим* ВНЗ України...

В 2016 році зарубіжними дослідниками було здійснено аудит системи інноваційних досліджень та інновацій України. Короткий виклад українською наведено у [3], а повний текст із обґрунтуванням подано у [4].

По суті, в [3,4] підтверджено висновки робіт [5,6], де здійснено аналіз *наукового рівня* вищої школи та Національної академії наук України.

Що саме необхідно робити для покращення ситуації – детально описано в розділі 5 монографії [7].

Вказана ситуація є прямою загрозою для національної безпеки України.

Детально пропозиції для ВНТУ та їх наукове обґрунтування наведено в доповіді.

Висновки

Проаналізовано стан вищої освіти України та започаткованих у ній змін з точки зору їх впливу на Національну безпеку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Рейтинг вузов України по показателям Scopus – 2014. – Доступно в Інтернеті за адресою: <http://ru.osvita.ua/vnz/rating/39314/>.
2. Рейтинг университетов по показателям Scopus 2016 года. – Доступно в Інтернеті за адресою: <http://ru.osvita.ua/vnz/rating/51053/>.
3. Експертна оцінка системи досліджень та інновацій України. – Київ : Генеральна дирекція досліджень та інновацій, 2016. – 11 с.
4. Peer Review of the Ukrainian Research and Innovation System. – Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2016. – 79 p. ISBN: 978-92-79-62755-2. DOI: 10.2777/095726.
5. Shiyan, Anatoliy A. and Nikiforova, Liliya O., Index for Measurement of the Level of Tertiary Education in Developing Countries: Theory and Application (April 1, 2012). Development Economics: Microeconomic Issues in Developing Economies eJournal, Vol 1, Issue 17, May 25, 2012. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2032488> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2032488>. – 13 p.
6. Shiyan, Anatoliy A. and Nikiforova, Liliya O., Comparing National Academies of Sciences in Central and Eastern Europe: Current State and Perspectives for the Development of the National Academy of Sciences, Ukraine (November 16, 2015). Magyar Tudományok Akadémia / Hungarian Academy of Sciences. Budapest. MTA Law Working Papers N 2015/28. Political Economy - Development: Domestic Development Strategies eJournal Vol 3, Issue 177, November 24, 2015. – 17 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2691402> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2691402>.
7. Шиян А. А. Управління формуванням ефективних економічних інститутів для України / А. А. Шиян, Л. О. Нікіфорова. – Вінниця: ВНТУ, 2011. – 300 с.

Шиян Анатолій Антонович — к-т фіз.-мат. наук, професор, кафедра менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Shiyan Anatoliy A. — PhD. (Physics.), Professor, Department of Management and Information Systems Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

МОДЕЛЬ ДЛЯ РОЗРАХУНКУ ІНТЕГРАЛЬНОЇ ХАРАКТЕРИСТИКИ СТОХАСТИЧНОГО ГРАФА ВЕЛИКОГО РОЗМІРУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Мета роботи полягає у побудові моделі для розрахунку інтегральних характеристик для стохастичного графа що відповідатиме великому класу мереж, таким як: мобільні телефонні мережі, соціальні мережі, електричні мережі, тощо.

Ключові слова: інформація, соціальна мережа, агент, суспільство, прийняття рішень, теорія ігор, граф, телекомунікації, стохастичність, модель, вузол, зв'язок.

Abstract

The paper goal is to construct a model for calculating the integral characteristics for stochastic large graph, which corresponded to a large classes of network as mobile telephone networks, social networks, electric power networks and so on.

Keywords: information, social network, agent, society, decision making, game theory, graph telecommunication, stochasticity, model, node, link.

Вступ

Сучасні мережі телекомунікацій, наприклад Інтернет чи мережа мобільного зв'язку, складаються із великої кількості окремих вузлів та зв'язків між ними. В якості вузлів можуть виступати окремі користувачі (наприклад, для Інтернету чи соціальної мережі), окремі радіотехнічні пристрої (наприклад, соти для мобільного зв'язку), окремі комп'ютерні системи (наприклад, сервери для веб-сторінок) тощо.

Кількість вузлів для сучасних телекомунікаційних мереж, як правило, є величиною стало. Задається вона часто кількістю задіяних радіотехнічних пристроїв, комп'ютерів, серверів тощо. На відміну від вузлів, зв'язки між вузлами, як правило, є величиною змінною. Вони можуть виникати, деякий час існувати, а потім розриватися. В якості прикладу можна навести трафік розповсюдження сигналу по Інтернет між двома фіксованими вузлами: цей шлях в різні моменти часу може проходити через різні вузли.

Таким чином, сучасна телекомунікаційна мережа може бути представлена як стохастичний граф великого розміру, який включає в себе (незмінну, або ж порівняно повільно змінювану) велику кількість вузлів, зв'язки між якими мають випадкову (стохастичну) компоненту.

Внаслідок цього дослідження кількісних характеристик великих стохастичних графів являє собою актуальну наукову та важливу практичну задачу.

Результати дослідження

Наведено детальний огляд сучасної літератури за проблематикою дослідження стохастичних графів великого розміру в предметній області соціальних мереж [1].

Проведено огляд сучасного стану поточних досліджень російською мовою [1,2], а також класичні, теоретичні та прикладні результати англійською мовою в [4,5], українською мовою подано лише окремі публікації (див., наприклад, [6]).

Здійснено аналіз прийняття рішень агентами в організаційних системах [3].

Досліджено математичний апарат для моделювання мультиагентних мереж, агентами в яких виступають люди, що приймають рішення, або здійснюють вибір, та запропонована топологічна класифікація стохастичних графів великого розміру [7].

Побудовано систему алгоритмів розв'язання сукупності важливих для практичного застосування задач з управління виробничими та організаційними структурами. Отримані результати на основі дослідження моделі діяльності агента, в якості якого виступає людина.

Розглянуто задачі навчання агентів для здійснення спільних дій в стохастичних графах великого розміру за рахунок збільшення/зменшення рівня доступу до ресурсів [8].

Розглянуто умови, коли окремі агенти хочуть скористатися ресурсами, не заплативши за них (так звана «проблема безбілетника»). Такі модельні ситуації мають велике значення для розуміння процесів кооперації зусиль. Розвиток такого підходу [9] дозволив змодельювати інтенсивність проявів альтруїзму агентів стохастичних графів великого розміру з урахування змін кількості вузлів графа та витрат на колективну поведінку. Результати свідчать про критичну важливість умов конкуренції між агентами.

Розглянуто вплив фактора [10, 11], яким є величина групи (тобто кількості вузлів в стохастичному графі великого розміру) на рівень ефективності колективної дії. Виявлено, що ефективність колективної дії залежить від розміру групи нелінійно.

Проаналізовано взаємозв'язок між структурою стохастичних графів великого розміру та результуючою поведінкою агентів [12,13]. Встановлено, що наявність двох видів агентів, які мають асиметричні властивості, надає суттєву перевагу для всієї сукупності агентів в цілому внаслідок більш високого рівня адаптації стохастичних графів великого розміру до змін [14].

Незважаючи на досягнуті результати, проблема моделювання інтегральних характеристик стохастичного графа великого розміру все ще залишається не вирішеною та потребує проведення ряду експериментальних досліджень.

Висновки

Проведена робота дає змогу побудувати модель для розрахунку інтегральних характеристик стохастичного графа великого розміру. Розроблена математична модель дасть змогу до розподілу вузлів графа за кількістю їх зв'язків із іншими вузлами.

Отримано аналітичні формули для щільності ймовірності розподілу вузлів за кількістю зв'язків для випадку білого шуму та одного класу аналітичних залежностей для інтенсивностей створення та руйнування зв'язків у графі. Ці ймовірності можуть бути експериментально знайдені.

Отримані результати можуть бути застосовані для широкого кола телекомунікаційних мереж. Наприклад, для мережі мобільного зв'язку вузлами графа є соти, а зв'язками є зв'язки із абонентами. Стохастичність виникає внаслідок діяльності абонентів, яка виникає внаслідок їх не прогнозованого підключення до мережі, переміщення людей тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. 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.
2. Сетевая экспертиза / Под ред. Д. А. Новикова, А. Н. Райкова. – М. : Эгвес, 2011. – 166 с.
3. Новиков Д. А. Теория управления организационными системами / Д. А. Новиков. – М. : Физматлит, 2007. – 584 с.
4. Easley D. Networks, Crowds, and Markets: Reasoning about a Highly Connected World / D. Easley, J. Kleinberg. – Cambridge : Cambridge University Press, 2010. – 833 p.
5. Jackson M. O. Social and Economic Networks / M. O. Jackson. – Princeton : Princeton Univ. Press, 2010. – 520 p.
6. 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.
7. 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.
8. 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.

9. Sigmund K. Social learning promotes institutions for governing the commons / K. Sigmund, H. De Silva, A. Traulsen, C. Hauert // Nature. – 2010. – V.466. – P.861–863.
10. Debarre F. Social evolution in structured populations / F. Debarre, C. Hauert, M. Doebeli // Nature Communications. 2014. – V.5, No.3409. – 7 p.
11. Yang W. Nonlinear effects of group size on collective action and resource outcomes / W. Yang, W. Liu, A. Vina, M. Tuanmu, G. He, T. Dietz, J. Liu // Proceedings of the National Academy of Sciences USA. – 2013. – V.110. – P.10916–10921.
12. Zhen W. Self-organization towards optimally interdependent networks by means of coevolution / W. Zhen, A. Szolnoki, M. Perc // New J. Phys. – 2014. – V. 16, No.033041. – 14 p.
13. Хорстхемке В. Индуцированные шумом переходы / В. Хорстхемке, Р. Лефевр. – М. :Мир, 1987. – 400 с.
14. Shiyan A. A. On the Problem of Elaboration of New Criteria for Control of Hierarchical SocioEconomic Systems A. A. Shiyan // Journal of Automation and Information Sciences. – 1998. – N 4-5. – P.216-225.

Заступ Ігор Валерійович – аспірант кафедри 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.

Zastup Igor V. – PhD Student of Department of Management and Information Systems Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia,

Supervisor: **Shiyan Anatoliy A.** – PhD, Professor of Department of Management and Information Systems Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ МЕТОДІВ АУТЕНТИФІКАЦІЇ У ХМАРНИХ ВЕБ-ПЛАТФОРМАХ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В доповіді розглянуто сучасні методи та особливості аутентифікації для хмарних веб-платформ. Показано, що застосування парольного захисту і одноразових паролів виправдано для приватної веб-платформи, але не забезпечить вимог інформаційної безпеки та поточного законодавства для публічної веб-платформи. Для організації безпечного доступу до хмарних сервісів рекомендується застосовувати технології взаємної аутентифікації на основі застосування механізму кваліфікованого електронного підпису у сертифікатах.

Ключові слова: аутентифікація, веб-платформа, сертифікати, вразливість, пароль.

Abstract

The report deals with modern methods and authentication features for cloud web platforms. It is shown that the use of password protection and one-time passwords for private justified web platform, but do not provide information security requirements and current legislation for public web platform. For the organization secure access to cloud services technologies recommended mutual authentication mechanism on the basis of a qualified electronic signature in the certificate.

Keywords: authentication, web platform, certificates, susceptibility, password.

Вступ

Управління доступом користувачів до хмарним ресурсів являє собою одну з основних проблем для безпечного використання хмарних додатків в корпоративному оточенні. З поширенням численних сервісних концепцій SaaS, PaaS і IaaS управління політиками доступу, в тому числі організація суворої аутентифікації для кожної програми створює певне навантаження на ІТ-підрозділи підприємств. Користувачам доводиться тримати в пам'яті численні логіни і паролі, що неминуче призводить до втрати паролів, зниження продуктивності і дратує користувачів. До 20% всіх звернень до служби підтримки пов'язано з відновленням втрачених або забутих паролів.

Більш того, ІТ-підрозділи часто не володіють інформацією про те, з якими саме програмами працюють конкретні користувачі, і як часто здійснюється доступ до цих програм, що фактично призводить до формування тіньових ІТ і знижує ефективність управління ресурсами. З точки зору контролю доступу виникає також наступне питання: яким чином ви можете гарантувати, що в разі звільнення працівника з компанії він перестане користуватися корпоративними додатками? Нарешті, навіть незважаючи на наявність можливості убезпечити доступ до хмарним ресурсів засобами багатофакторної аутентифікації, ІТ-підрозділи часто не мають інформації, хто із співробітників все ж подбав про використання такої аутентифікації. В результаті підвищується ймовірність компрометації даних, загроза фішингу, перебору паролів, злому хмарних баз даних і інших погроз.

Метою доповіді є подання сучасних методів застосування різних способів аутентифікації для хмарних веб-платформ, включаючи аутентифікацію за паролем, за сертифікатами, за одноразовими паролями, по ключам доступу і по токени.

Результати дослідження

В доповіді висвітлено такі питання.

1. Проведено аналіз існуючих на сьогодні методів аутентифікації у хмарних веб-платформах [1-2]. При цьому особливу увагу приділено аналізу методів, які є більш стійкими до хакерських атак, а саме для забезпечення більш високої надійності систем безпеки, часто вдаються до таких засобів, як токени і сертифікати.

2. Проведено дослідження впровадження аутентифікації віддалених користувачів за принципом «щось я знаю + щось у мене є», що дозволяє зробити атаку, спрямовану на перехоплення або підбір паролів, безглуздою і значно знизити загрози інформаційної безпеки від отримання зловмисником пароля користувача [3].

3. Проведено аналіз розповсюджених вразливостей і помилок реалізації методів аутентифікації. Проведений аналіз вразливостей показав, що переважна більшість веб-платформ використовують вразливу функцію відновлення пароля, яку можна використовувати для отримання несанкціонованого доступу до інших облікових записів [4].

4. Запропоновано метод аутентифікації за сертифікатами. Використання сертифікатів для аутентифікації – куди більш надійний спосіб, ніж аутентифікація за допомогою паролів. Це досягається створенням в процесі аутентифікації цифрового підпису, наявність якого доводить факт застосування закритого ключа в конкретній ситуації (безвідмовності). Однак труднощі з поширенням і підтримкою сертифікатів робить такий спосіб аутентифікації малодоступним в широких колах [5-6].

Висновки

Проведено аналіз існуючих на сьогодні методів аутентифікації у хмарних веб-платформах та особливу увагу приділено аналізу методів які є стійкі до хакерських атак. Проведено дослідження впровадження аутентифікації віддалених користувачів за принципом «щось я знаю + щось у мене є», на основі якого виявлено, що даний метод є надійним інструментом захисту. Проведено аналіз розповсюджених вразливостей і помилок реалізації методів аутентифікації та виявлено вразливості, які часто зустрічаються у веб-платформах. Запропоновано метод аутентифікації за сертифікатами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Афанасьєв А. А., Веденєв Л. Т., Воронцов А. А. Аутентифікація. Теорія і практика забезпечення безпечного доступу до інформаційних ресурсів / А.А. Афанасьєв, Л.Т. Веденєв, А.А. Воронцов // Навчальний посібник для вузів. – 2009. – №1. – 552 с.
2. Сабанов А. Г. Основні процеси аутентифікації / А.Г. Сабанов // Проблеми інформаційної безпеки. Комп'ютерні системи. – № 2. – 2012. – С. 102–113.
3. 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.
4. Сарбуков А. Аутентификация в компьютерных системах / А. Сарбуков, А. Грушо // Системы безопасности. – 2003. – № 5 (53). – С. 25–29.
5. Сабанов А. Г. Аутентифікація при електронному обміні документами А.Г. Сабанов // Доповіді Томського державного університету систем управління і радіоелектроніки. – № 2(24), – 2011. – С. 263–266.
6. Шрамко В. Н. Защита компьютеров: электронные системы идентификации и аутентификации / В. Н. Шрамко // PC Week/RE. – 2004. – № 12. – С. 15–21.

Коломієць Сергій Васильович – студент групи ІУБ-13, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, кафедра менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: serhii.kolomiets@vntu.net.

Науковий керівник: **Василь Васильович Карпінєць** – к.т.н., доцент кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Sergey V Kolomiets – student of group IUB-13, Department of Management and Information Systems Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: serhii.kolomiets@vntu.net.

Supervisor: **Vasyl V Karpinets** – Cand. Sci. (Eng.), Docent of Department of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Дослідження методів захисту електронного документообігу підприємства через глобальну мережу

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У даній роботі було проведено аналіз основних понять електронного цифрового підпису та сучасних систем електронного документообігу. Здійснено попередній огляд наявних систем захисту та виявлено основні недоліки. А також запропоновано можливий алгоритм захисту електронного документообігу для підприємства через глобальну мережу Інтернет.

Ключові слова: електронний документообіг, електронний документ, електронний цифровий підпис.

Abstract

In this paper, an analysis of the basic concepts of electronic signature and advanced electronic document management systems. Done preliminary review of existing security systems and revealed major shortcomings. Also proposed algorithm possible protection for enterprise electronic document management across the global Internet.

Keywords: electronic documents, electronic document, electronic signature.

Вступ. Науково-технічний прогрес, розвиток економіки та глобальних комунікацій, ускладнення процесів управління призвели до появи нової області взаємовідносин в діловому і повсякденному житті, предметом яких є електронний обмін даними. В електронному документі відомості, зафіксовані за допомогою електронних даних, мають включати обов'язкові реквізити документа, найголовнішим з яких є електронний підпис, в іншому випадку це документ в електронному вигляді. Тобто без електронного підпису за певних вимог документ не має юридичної сили і не може бути електронним документом.

Актуальність теми. Проблема захисту електронних документів за допомогою електронно-цифрового підпису є надзвичайно поширеною в наш час. Так як на даний момент настала ера Інтернету та електронних технологій, то чим далі тим більшою стає актуальність проблеми щодо захисту власних електронних документів та даних.

Метою роботи є дослідження можливості захисту електронного документообігу підприємства через глобальну мережу.

Основні задачі:

- проаналізувати існуючі засади безпеки електронного документообігу та можливості для розробки захисту обміну документами засобами мережі Інтернет;
- зробити аналіз та попередній огляд існуючих систем захисту електронного документообігу;
- побудувати можливий алгоритм та оцінити доцільність розробки сервісу захисту електронного документообігу.

Електронний цифровий підпис - вид електронного підпису, отриманого за результатом криптографічного перетворення набору електронних даних, який додається до цього набору або логічно з ним поєднується і дає змогу підтвердити його цілісність та ідентифікувати підписувача. Електронний цифровий підпис накладається за допомогою особистого (секретного) ключа та перевіряється за допомогою відкритого ключа.

Електронний цифровий підпис призначений для забезпечення діяльності фізичних та юридичних осіб, яка здійснюється з використанням електронних документів.

При аналізі існуючих систем захисту електронних документів, було виявлено їх певні недоліки:

- **"ГРАН-ДОК"** для **Microsoft Windows**: недоліком являється те, що використання даної системи вимагає використання виключно однієї операційної системи, яка в свою чергу теж вимагає матеріальних затрат;
- **Lan Docs**: недоліком є недостатній рівень захисту електронних документів, що спричиняє високий рівень ризику отримання доступу до документів осіб, яким цей доступ заборонений;
- **DocsVision 2.0 «Архів-Діловодство»**: програма призначена лише для роботи з архівами документів;
- **Євфрат-Документообіг**: недоліком є те, що система призначена для малих та середніх організацій (5-120 ПК) і не підходить для великих організацій.

Дослідження виявлених недоліків дають підставу для створення нового, більш захищеного сервісу. Далі представлено можливий алгоритм роботи даного сервісу. Алгоритм можна умовно розділити на дві частини: засвідчення достовірності документу та алгоритм перевірки цифрового підпису (рис.1.1). Алгоритм роботи модуля створення електронного цифрового підпису складається з таких кроків:

Крок 1 – Реєстрація нового користувача в сервісі.

Крок 2 – Завантаження нового електронного документа.

Крок 3 – Створення електронного цифрового підпису завантаженому електронному документу.

Крок 4 – Вибір Отримувача, якому буде надано доступ до завантаженого документу.

Модуль перевірки електронного цифрового підпису складається з таких кроків:

Крок 1 – Вхід в систему раніше зареєстрованого користувача.

Крок 2 – Вибір електронного документа, який користувач бажає завантажити.

Крок 3 – Перевірка цифрового підпису електронного документа.

Крок 4 – Якщо підпис вірний – відбувається завантаження електронного документа.

Крок 5 – Якщо ЕЦП не вірний – заборона завантажувати даний документ даному користувачеві сервісу.

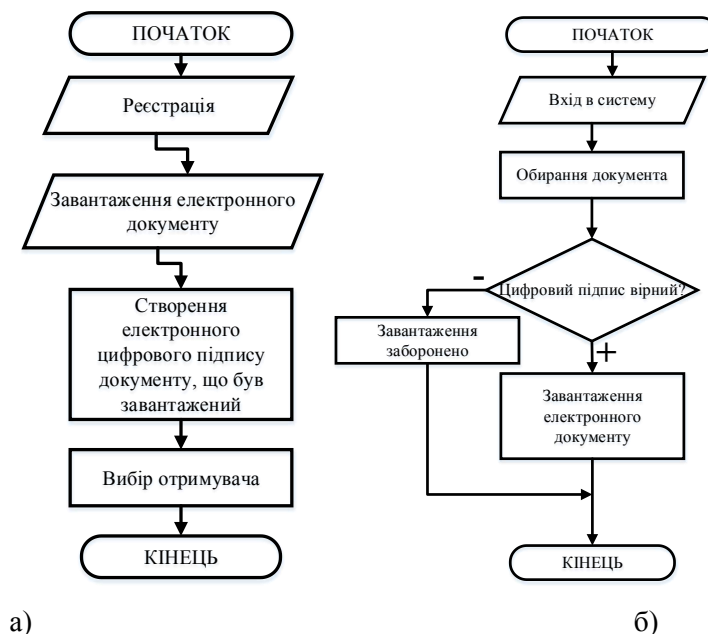


Рисунок 1.1 – Алгоритм роботи сервісу: а) засвідчення достовірності документу; б) алгоритм перевірки цифрового підпису.

Висновки. Здійснено аналіз основних засад безпеки електронного документообігу, проведено попередній огляд існуючих систем захисту та виявлено їх основні недоліки. Проведено огляд запропонованого алгоритму, а також описано засіб захисту електронного документообігу підприємства через глобальну мережу Інтернет, який є більш надійним та сучасним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Степанова Я. М. Основи електронного документообігу: Навчальний посібник/ Я. М.Степанова, В. Я. Рассмакін. - К.: КНТЕУ, 2004. - 155 с.
2. Чирський Ю. Електронний цифровий підпис: правові аспекти застосування / Ю. Чирський // Довідник секретаря та офіс-менеджера. – №1(2007) – С. 26-31.
3. Мінгальова Ю. І. «Електронний цифровий підпис як головний елемент електронного документообігу» / Мінгальова Ю. В. – [Електронний документ] – Режим доступу: <http://nauka.zinet.info/19/mingalyova.php>.

Юдіна Ганна Максимівна студентка групи ІУБ-13, факультету менеджменту та інформаційних технологій Вінницького національного технічного університету.

Email: Ann.M.Yudina@gmail.com

Науковий керівник: Катаєв Віталій Сергійович асистент кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем Вінницького національного технічного університету.

Anna Yudina Maksymivna student group IUB-13, Faculty of Management and Information Technology Vinnytsia National Technical University.

Supervisor: Vitaly Kataev Assistant Department of Management and Information Systems Security Vinnytsia National Technical University.

ВИЯВЛЕННЯ АГЕНТІВ ЗАГРОЗ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ НА ОСНОВІ ПОКАЗНИКІВ МОТИВАЦІЇ

¹ Вінницький національний технічний університет;

Анотація

У доповіді розглянуто існуючий метод виявлення агентів загроз інформаційної безпеки з використанням критичних кількісних параметрів. Наведено попередні досягнення та перспективи розвитку напрямку.

Ключові слова: загроза, агент, інформаційна безпека, мотивація, критичні параметри.

Abstract

The method of identification agents in the protection of information from the critical areas of the key parameters is developed. The results and perspective of the direction are presented.

Keywords: threat, agent, access control, motivation, critical parameters.

Вступ

Мотивація співробітників займає одне з центральних місць в управлінні персоналом, оскільки вона виступає безпосередньою причиною їхньої поведінки. Орієнтація працівників на досягнення цілей організації, по суті, є головним завданням керівництва персоналом. Тому, саме дослідження критичних кількісних характеристик респондентів дозволяє виявляти агентів загроз безпеки підприємства.

Технічні та програмні засоби не здатні повною мірою захистити від витоку інформації, оскільки неможливо повністю виключити людський фактор.

Результати дослідження

Кількісних показників виявлення агентів загроз інформаційної безпеки порівняно мало. Більшість показників опирається на психологічні характеристики особистості, які можуть бути вдало приховані під час дослідження.

У сучасних умовах проблемою мотивації є недосконалість мотивації на підприємствах, недостатнє фінансування заходів, спрямованих на удосконалення мотивації персоналу, а також те, що на підприємствах не приділяють належної уваги мотивації.

Метод дозволяє визначити кількісні характеристики вмотивованості персоналу, що в свою чергу дозволяє визначити порогові значення, за якими виявлятиметься можливий агент загроз.

Висновки

Проведені дослідження довели існування зв'язку між станом системи мотивації та інформаційною безпекою. З одного боку, система мотивації праці визначає якісний склад кадрового потенціалу, а з іншого – показники вмотивованості дозволяють визначити можливих агентів загроз для інформаційної безпеки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. 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.

2. 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.

Крайній Євгеній Сергійович — студент групи ІУБ-І3, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: gorgbushe@gmail.com

Лілія Олександрівна Нікіфорова — кандидат економічних наук, доцент, секретар Вченої ради та Методичної комісії факультету Менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет.

Науковий керівник: **Лілія Олександрівна Нікіфорова** — кандидат економічних наук, доцент, секретар вченої ради та методичної комісії факультету Менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет.

Krainii Yevhenii S. — student, Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: gorgbushe@gmail.com

Nikiforova Liliya — PhD, Associate Professor, Academic Council and Secretary-Methodological Commission of the Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University.

Supervisor: **Nikiforova Liliya** — PhD, Associate Professor, Academic Council and Secretary-Methodological Commission of the Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University.

Мережне наукове видання

Матеріали XLVI науково-технічної конференції
підрозділів Вінницького національного
технічного університету (НТКП ВНТУ–2017)

15-24 березня 2017 року

Збірник доповідей

Матеріали подаються в авторській редакції

Підписано до видання 15. 06. 2017 р.
Гарнітура Times New Roman. Обсяг, 5,5 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.

Свідectво суб'єкта видавничої справи
серія ДК № 3516 від 01.07.2009 р.