

Міністерство освіти і науки України
Вінницький національний технічний університет

Матеріали XLVIII науково-технічної конференції
підрозділів Вінницького національного
технічного університету (НТКП ВНТУ–2019)

13-15 березня 2019 року

Збірник доповідей

Електронне мережне наукове видання

Вінниця
ВНТУ
2019

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 XLVIII науково-технічної конференції підрозділів Вінницького національного технічного університету (НТКП ВНТУ–2019) : збірник доповідей. – Вінниця : ВНТУ, 2019.

ISBN 987-966-641-766-7

Збірник містить тексти доповідей XLVIII 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 978-966-641-766-7

© Вінницький національний технічний університет, укладання, оформлення, 2019

Зміст

НТК ВНТУ. Факультет менеджменту та інформаційної безпеки	2301
Секція менеджменту, маркетингу та економіки	
<i>Ольга Миколаївна Вус, Людмила Миколаївна Ткачук</i> УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В АСПЕКТІ ЗРОСТАННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.....	2302
<i>Вікторія Максимівна Тямушева, Азарова Анжеліка Олексіївна Олексіївна, Ткачук Людмила Миколаївна</i> ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПРОГРАМНОГО ЗАСОБУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ ДЕРЖАВНОЇ УСТАНОВИ.....	2304
<i>Катерина Олексіївна Воронюк, Анжеліка Олексіївна Азарова</i> ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМ КАПІТАЛОМ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	2308
<i>Олена Анатоліївна Сметанюк</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ АДАПТАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА ДО НЕВИЗНАЧЕНОСТІ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА.....	2311

Анна Валеріївна Вітюк ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	2315
Анна Валеріївна Вітюк ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	2317
Тетяна Віталіївна Лесько, Лілія Миколаївна Благодир УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ РОЗВИТКОМ АВІАКОМПАНІЙ	2320
Олена Валеріївна Штовба ЛІДЕРИ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ІЗ БРЕНДИНГУ	2323
Лілія Миколаївна Благодир ЕКОНОМІЧНА ПОВЕДІНКА ПІДПРИЄМСТВА І ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ: У ПОШУКАХ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ	2330
Олег Васильович Мороз, Володимир Михайлович Семцов СУЧАСНИЙ СТАН ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКОГО МЕХАНІЗМУ ПРОТИДІЇ НЕСПОСТЕРЕЖУВАНИМ ЕКОНОМІЧНИМ ПРОЦЕСАМ	2333
Любов Сергіївна Філатова ВЕРТИКАЛЬНИЙ КОНФЛІКТ ЯК ОДНА ІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ДИСФУНКЦІОНАЛЬНОГО ТИПУ НЕДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ	2335
Аліна Віталіївна Бондарчук, Леонід Миколайович Несен СИСТЕМАТИЗАЦІЯ РОБОТИ З «КАДРОВИМ ЯДРОМ» ЧЕРЕЗ ПАРАДИГМУ «ТАЛАНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ»	2340
Світлана Миколаївна Одосій, Ілля Леонідович Несен ПАТОЛОГІЧНІ СИНДРОМИ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	2344
Секція підприємництва і фінансової діяльності	
Олена Омелянівна Мороз, Світлана Омелянівна Белінська МАРКУВАННЯ В СИСТЕМІ БЕЗПЕЧНОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ	2348
Оксана Владиславівна Безсмертна ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗДІЙСНЕННЯ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВІ МОЛОКОПРОДУКТОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ	2350
Ірина Володимирівна Шварц ЗБАЛАНСОВАНА СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	2355
Тетяна Миколаївна Білоконь, Віталій Леонідович Білоконь ОСОБЛИВОСТІ КРАУДФАНДИНГУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ	2356
Оксана Владиславівна Безсмертна, Юлія Юріївна Любінецька ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	2359
Алла Станіславівна Краєвська УПРАВЛІННЯ МАЙНОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	2362
Анна Сергіївна Шаховал УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ	2367
Тетяна Миколаївна Білоконь, Микола Володимирович Кобися ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ВІННИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ	2375
Ірина Володимирівна Шварц, Максим Валерійович Присяжнюк УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ У СУЧАСНОМУ МАРКЕТИНГУ	2378
Тетяна Миколаївна Білоконь, Володимир Сергійович Хиженяк ВИДИ БІРЖОВИХ УГОД ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ УКЛАДАННЯ	2381
Ірина Володимирівна Шварц, Каріна Віталіївна Закревська СУЧАСНІ МЕТОДИ ПРОСУВАННЯ ТОВАРУ НА РИНОК	2385
Анастасія Михайлівна Рязанова НАПРЯМИ РОЗВИТКУ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ	2387
Оксана Владиславівна Безсмертна, Мар'яна Ігорівна Клименко ОСНОВНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА	2390
Тетяна Пілявоз АНАЛІЗ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	2393
Вікторія Віталіївна Свинар УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА	2396
Ірина Олегівна Мороз, Людмила Іванівна Губанова, Лариса Володимирівна Мовчан ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	2398
Ірина Володимирівна Шварц, Вероніка Сергіївна Моргунова, Олександр Володимирович Ліхнякевич ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТА ЇЇ МІСЦЕ У СИСТЕМІ ПРЕВЕНТИВНОГО АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	2400
Ірина Володимирівна Шварц, Катерина Леонідівна Яворська ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙНИХ НАВЧАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	2402
Секція управління інформаційною безпекою та консолідованими інформаційними ресурсами	
Олександр Ігорович Цимбал АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ГЕНЕТИЧНОГО АЛГОРИТМУ В КРИПТОГРАФІЧНИХ ШИФРАХ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ КРИПТОСТІЙКОСТІ	2406
Назар Юрійович Шпортюк АНАЛІЗ ВРАЗЛИВОСТЕЙ КРИПТОГРАФІЧНОЇ СХЕМИ ЦИФРОВОГО ПІДПИСУВАННЯ ECDSA	2409
Василь Васильович Карпінєць, Ольга Володимирівна Салієва ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ЦИФРОВИХ ВОДЯНИХ ЗНАКІВ ДО ГЕОМЕТРИЧНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ РАСТРОВИХ ЗОБРАЖЕНЬ	2411
Анатолій Антонович Шиян МОДЕЛЬ ПРОЦЕСУ ПРОСТОРОВОВОГО РОЗПОВСЮДЖЕННЯ СУСПІЛЬНОЇ ДУМКИ В УМОВАХ ЕЛЕКТРОННОЇ ДЕМОКРАТІЇ	2413
Анжеліка Олексіївна Азарова, Валентина Фанілівна Хісмаутулліна ЕЛЕКТРОННІ ЗАСОБИ ПОЛІТИКИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ НА ДЕРЖАВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	2417
Наталія Касянчук, Людмила Ткачук ЗАХИСТ ІНФОРМАЦІЇ В БАЗАХ ДАНИХ	2419
Лілія Нікіфорова ЧАС СТАНОВЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ	2424
Наталія Жмуцька ПОБУДОВА ВЕБ-ДОДАТКІВ НА ОСНОВІ МІКРОСЕРВІСНОЇ АРХІТЕКТУРИ	2427

<i>Віталій Олександрович Гудзь</i> УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ ЗАХИСТОМ ІНФОРМАЦІЇ ШЛЯХОМ ЛОКАЛІЗАЦІЇ ЗАКЛАДНИХ ПРИСТРОЇВ НА ОСНОВІ ІНДИКАТОРА ЕЛЕКТРОМАГНІТНИХ ВИПРОМІНЮВАНЬ.....	2429
<i>Ілля Андрійович Гунько</i> ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ ДОКЕРНИХ КОНТЕЙНЕРІВ ПЕРЕД ВІРТУАЛЬНИМИ МАШИНАМИ ДЛЯ ВІРТУАЛІЗАЦІЇ.....	2431
<i>Тетяна Костюк</i> КОНСОЛІДОВАНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ РЕСУРС У СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	2433
<i>Владислав Олександрович Блонський</i> УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ БЕЗПЕКОЮ В ДЕРЖАВНИХ УСТАНОВАХ НА ОСНОВІ БІОМЕТРИЧНОЇ АУТЕНТИФІКАЦІЇ ВІДБИТКІВ ПАЛЬЦІВ ДЛЯ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ ВІД НЕСАНКЦІОНОВАНОГО ДОСТУПУ	2435
<i>Андрій Васильович Приймак</i> ПІДВИЩЕННЯ ЗАХИСТУ ОБМІНУ ДАНИМИ В ЛОКАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ.....	2437
<i>Янна Вячеславівна Чайковська</i> ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДУ ВБУДОВУВАННЯ ЦИФРОВИХ ВОДЯНИХ ЗНАКІВ НА ОСНОВІ КВАНТУВАННЯ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЗАХИСТУ PDF ФАЙЛІВ.....	2439
<i>Янна Чайковська</i> МЕТОД ЗАХИСТУ ПРОЦЕСІВ ЕЛЕКТРОННОГО ВРЯДУВАННЯ ШЛЯХОМ КВАНТУВАННЯ	2441
<i>Анжеліка Олексіївна Азарова, Людмила Миколаївна Ткачук, Валерія Олегівна Вергеліс</i> КОНСОЛІДОВАНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ РЕСУРС ДЛЯ ГАЛУЗІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДОЗВІЛЛЯ ДЕРЖАВНИХ УСТАНОВ.....	2443
<i>Анжеліка Олексіївна Азарова, Людмила Миколаївна Ткачук, Вікторія Дмитрівна Хомяк</i> ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ ПРИ СТВОРЕННІ КОНСОЛІДОВАНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО РЕСУРСУ СПОРТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	2446
<i>Людмила Миколаївна Ткачук, Олена Анатоліївна Стахова, Анастасія Юріївна Смалківська</i> КОНСОЛІДОВАНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ РЕСУРС ДЛЯ ОБРОБЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ СФЕРИ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	2449
<i>Анжеліка Олексіївна Азарова, Ганна Костянтинівна Івїнська, Анастасія Павлівна Ткачук</i> НЕОБХІДНІСТЬ СТВОРЕННЯ КОНСОЛІДОВАНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО РЕСУРСУ ДЛЯ АНАЛІЗУ ПРОБЛЕМИ ЛІСОВИХ РЕСУРСІВ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ.....	2452
<i>Яна Юріївна Яремчук</i> ДОСЛІДЖЕННЯ МОЖЛИВОСТІ ПІДВИЩЕННЯ СТІЙКОСТІ ПРОТОКОЛУ АУТЕНТИФІКАЦІЇ WPA-PSK	2455
<i>Сергій Павлович Мурза</i> ЗАСОБИ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ ВІД ВИТОКУ АКУСТИЧНИМИ КАНАЛАМИ.....	2457
<i>Віталій Олегович Вальчук, Анжеліка Олексіївна Азарова</i> ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ РОЗПОДІЛЕНОГО ДОСТУПУ В ГАЛУЗІ ТЕЛЕМЕДИЦИНИ ЗАСОБАМИ СУБД	2460
<i>Andrii Vadimovich Kudlyk</i> КОНСОЛІДОВАНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ РЕСУРС ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СПОРТИВНИХ ЗАКЛАДІВ М. ВІННИЦЯ	2462
Секція економіки підприємства та виробничого менеджменту	
<i>Тетяна Майборода</i> ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ В УКРАЇНІ.....	2464
<i>Оксана Олександрівна Адлер, Каріна Вікторівна Петлінська</i> БІЗНЕС-ГРА, ЯК ОДИН ІЗ ІННОВАЦІЙНИХ СПОСОБІВ ВИХОВАТИ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМЦЯ.....	2467
<i>Олена Плешко</i> ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ.....	2470
<i>Оксана Олександрівна Адлер, Михайло Володимирович Лошак</i> АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПОКРАЩЕННЯ	2473
<i>Райса Віталіївна Баранова</i> МАРКЕТИНГОВИЙ МЕХАНІЗМ. ЩО ПОТРІБНО ЗНАТИ?	2476
<i>Дмитро Павлович Осаволюк</i> ОСНОВНІ ЗАСАДИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	2479
<i>Валерія Іванівна Безносюк</i> ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ	2483
<i>Оксана Юріївна Магденко</i> АСПЕКТИ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ЇЇ МЕТА.....	2486
<i>Ірина Олександрівна Пилипенко</i> МОТИВАЦІЯ КАДРІВ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	2489
<i>Ольга Володимирівна Поляруш</i> РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙ ТА УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ	2493
<i>Інна Вікторівна Сельська</i> ПІДГОТОВКА КАДРІВ В УМОВАХ РИНКУ	2497
<i>Лілія Володимирівна Сікорська</i> УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ.....	2500
<i>Наталія Іллівна Фомич</i> ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ПРИЙОМУ НА РОБОТУ ПРАЦІВНИКІВ	2503
<i>Оксана Олександрівна Адлер, Тетяна Валеріївна Майборода</i> АМБІЕНТ-МАРКЕТИНГ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ.....	2505
<i>Володимир Олександрович Козловський</i> ЕКСПОРТ ТОВАРІВ З УКРАЇНИ: ЗМІНА ОРІЄНТИРІВ, ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ.....	2509
<i>Володимир Олександрович Козловський, Олександр Вікторович Мазурок</i> ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ	2511
<i>Олександр Володимирович Козловський, Святослав Володимирович Мартинюк</i> ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	2513
<i>Володимир Олександрович Козловський, Максим Олексійович Осокін</i> ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ВИРОБНИЧОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	2515
<i>Тамара Віталіївна Іванчик</i> ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ РОЗПОДІЛОМ ТА ВИКОРИСТАННЯМ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА	2517
<i>Вікторія Віталіївна Кривіцька</i> СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	2520
<i>Оксана Володимирівна Заремба</i> ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ	2524
<i>Аліна Олександрівна Савельєва</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ	2527
<i>Вячеслав Валерійович Кавецький</i> МОДЕЛЮВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА	2531

Ольга Георгіївна Ратушняк	ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНИХ, ЕКОЛОГІЧНИХ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ В ЖИТЛОВому БУДІВНИЦТВІ	2534
Світлана Анатоліївна Зваричук, Лілія Петрівна Руда	ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ	2537
Ольга Георгіївна Ратушняк, Михайло Володимирович Лошак	САМОМЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЗАСІБ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ В МАЙБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ	2540
Ольга Георгіївна Ратушняк, Катерина Василівна Подолячук	ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ УПРАВЛІННЯ ЧАСОМ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ «ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ» У СУЧАСНОЇ МОЛОДІ	2543
Лілія Петрівна Руда	ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	2548
Лілія Нікіфорова	АНАЛІЗ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЇ СИСТЕМИ ЯК ВАЖЛИВОГО ІНСТРУМЕНТУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	2550
Ірина Леонідівна Соломонюк, Ірина Валеріївна Причепя	ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ В ПРАКТИЦІ УПРАВЛІННЯ	2553
Лілія Володимирівна Сікорська	ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЗАПОРУКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА СУЧАСНИХ УМОВ	2557
Михайло Володимирович Лошак, Вячеслав Валерійович Кавецький	ТЕХНОПАРКИ В УКРАЇНІ ТА ДИНАМІКА ЇХ РОЗВИТКУ	2560
Олександр Йосипович Лесько, Валерія Іванівна Безносок	ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ЗАСАДАХ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ	2564
Олександр Йосипович Лесько	УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	2567
Олександр Йосипович Лесько, Михайло Володимирович Лошак	ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТИВНІСТЮ ПРАЦІ	2570
Микола Іванович Небава, Лі Янань	ТЕНДЕНЦІЇ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА У СВІТОВІЙ ПРАКТИЦІ	2573
Світлана Стасисівна Мацкевічус, Лілія Володимирівна Сікорська	УПРАВЛІНСЬКА ІНФОРМАЦІЯ: СУТНІСТЬ, КЛАСИФІКАЦІЯ, ВИМОГИ	2577
Ірина Валеріївна Причепя	УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ К СКЛАДОВА УСПІХУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ	2580
Дмитро Павлович Осаовлюк, Вячеслав Валерійович Кавецький	ВПЛИВ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ТЕХНОПАРКІВ В УКРАЇНІ	2584
Оксана Олександрівна Адлер, Наталія Миколаївна Малініна	ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ВИДУ АНАЛІЗУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА	2587
Ольга Георгіївна Ратушняк, Вікторія Максимівна Тямушева	ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ САМОМЕНЕДЖМЕНТУ ПІД ЧАС НАВЧАННЯ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ	2589
Лариса Глуценко, Ярослав Гошій	РОЛЬ ІТ-ІНДУСТРІЇ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ	2592
Лариса Глуценко, Оксана Дісяк	СУЧАСНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІТ-ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ	2594
Лариса Глуценко	ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ	2596
Олександр Йосипович Лесько, Каріна Вікторівна Петлінська	ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ	2598
Володимир Олександрович Козловський, Раїса Віталіївна Баранова	ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ	2601
Світлана Стасисівна Мацкевічус, Оксана Юріївна Магденко	ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В ДЕРЖАВНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ	2603
Раїса Віталіївна Баранова, Вячеслав Валерійович Кавецький	ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ТА КОНВЕРТАЦІЯ ЛЮДСЬКОГО І СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ	2606
Лариса Глуценко, Юлія Завадська	ПЛАТФОРМА MERCH BY AMAZON, ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ ДИЗАЙНЕРА-ПОЧАТКІВЦЯ	2609
Марина Володимирівна Бальзан	ВДОСКОНАЛЕННЯ МАТЕМАТИЧНОЇ МОДЕЛІ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	2612
Світлана Стасисівна Мацкевічус, Ольга Володимирівна Поляруш	ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ЗВ'ЯЗКИ ТА ПУБЛІЧНЕ АДМІНІСТРУВАННЯ	2614
Секція фінансів та інноваційного менеджменту		
Віталій Володимирович Зянько, Тарас Владиславович Перерва	МЕТОДИ ОЦІНКИ РИЗИКІВ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА	2617
Віталій Володимирович Зянько, Дун Чжисвей	НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВ	2620
Віталій Володимирович Зянько, Дун Сін'їн	КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	2623
Марія Олександрівна Гайдей	ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ПРИРОДНИХ МОНОПОЛІЙ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ	2626
Аліна Олександрівна Савельєва	ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	2629
Світлана Анатоліївна Зваричук	МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	2632
Алла Олександрівна Лаптева	МІСЦЕ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ	2635
Тамара Віталіївна Іванчик	СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА	2639
Оксана Володимирівна Заремба	ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ «ЯКІСТЬ»	2642
Діана Олександрівна Гладка	ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ (НА ПРИКЛАДІ ПРАТ «ВМЗ «РОШЕН»)	2646

<i>Віталій В'ячеславович Сахаров</i> ПЕРСПЕКТИВИ СПІВПРАЦІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ БАНКОМ РЕКОСТРУКЦІЇ ТА РОЗВИТКУ	2649
<i>Валерія Денисівна Панкова</i> СПІВПРАЦЯ МІЖНАРОДНОГО ВАЛЮТНОГО ФОНДУ ТА УКРАЇНИ	2652
<i>Вікторія Віталіївна Кривіцька</i> ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»	2656
<i>Наталія Олегівна Коваль</i> ЯКІСНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ РОБІТНИКІВ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ	2660
<i>В'ячеслав Васильович Джеджула, Ірина Юріївна Єніфанова</i> КРАУДСОРСИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ	2663
<i>Катерина Василівна Подолянчук</i> НЕОБХІДНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГУ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	2667
<i>Альона Ігорівна Голубко</i> ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА	2671
<i>Людмила Миколаївна Ткачук, Василь Григорович Фурик</i> ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	2674
<i>Вікторія Сергіївна Гуменюк</i> ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА	2677
<i>Олег Анатолійович Шевченко</i> ЛІКВІДНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА НЕОБХІДНІСТЬ УПРАВЛІННЯ	2680
<i>Володимир Віталійович Білецький</i> ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЯК УМОВА ЕФЕКТИВНОГО АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	2684
<i>Карина Русланівна Шаркевич</i> ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	2688
<i>Марина Сергіївна Малицька</i> ІНВЕСТИЦІЙНО-КРЕДИТНА ДІЯЛЬНІСТЬ МБРР В УКРАЇНІ	2691
<i>Владислав Олександрович Слюсар</i> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОНЯТТЯ ПРИБУТКУ	2695
<i>Наталія Миколаївна Багінська</i> ВПЛИВ ІНФЛЯЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ	2698
<i>Діана Олександрівна Лабан</i> АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	2701
<i>Іванна Михайлівна Попович</i> ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	2705
<i>Вікторія Юріївна Очеретна</i> ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	2708
<i>Вероніка Вячеславівна Шаповалюк</i> ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ	2712
<i>Валерія Андріївна Богданова</i> ТЕЗАВРАЦІЯ ПРИБУТКУ ЯК ВАЖЛИВИЙ НАПРЯМОК САМОФІНАНСУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	2715
<i>Руслан Васильович Головань</i> УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА	2718
<i>Валерія Денисівна Панкова</i> УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	2722
<i>Таїсія Сергіївна Рибаченко</i> СТРАТЕГІЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФІРМИ	2726
<i>Богдан Олександрович Косюк</i> КРЕДИТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ	2731
<i>Ірина Леонідівна Соломонюк</i> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФОНДОВИХ БІРЖ УКРАЇНИ	2734
<i>Олена Віталіївна Лукашенко</i> ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	2739
<i>Тетяна Олександрівна Дудник</i> ПРИБУТОК ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ	2743
<i>Ілона Миколаївна Воротнюк</i> ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА	2746
<i>Дмитро Вікторович Подолян</i> АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	2749
<i>Руслана Русланівна Волкотруб</i> САНАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ ТА ТИПОВІ ЗАХОДИ	2751
<i>Таїсія Сергіївна Рибаченко</i> УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ В УМОВАХ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ	2755

XLVII 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. Й. Лесько, ВНТУ, Україна

В. В. Зянько, ВНТУ, Україна

О. В. Мороз, ВНТУ, Україна

О. О. Мороз, ВНТУ, Україна

О. М. Роїк, ВНТУ, Україна

Ю. Є. Яремчук, ВНТУ, Україна

Секції

Пленарне засідання

Секція менеджменту, маркетингу та економіки

Секція підприємництва і фінансової діяльності

Секція управління інформаційною безпекою та консолідованими інформаційними ресурсами

Секція економіки підприємства та виробничого менеджменту

Секція фінансів та інноваційного менеджменту

УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В АСПЕКТІ ЗРОСТАННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація. Досліджено сутність поняття «конкурентоспроможність» та викладені основні шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних ринкових умовах. Проведена систематизація зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на конкурентоспроможність підприємства.

Ключові слова. конкурентоспроможність; конкурентні переваги; стратегія; управління; підприємство; ефективність.

Abstract. The essence of the concept of "competitiveness" is investigated and the main ways of increasing the competitiveness of the enterprise in the modern market conditions are outlined. The systematization of external and internal factors of influence on the competitiveness of the enterprise is carried out.

Keywords. competitiveness; competitive advantages; strategy; management; enterprise; efficiency.

Конкуренція на ринку стає все жорсткіша, йде суперництво між товаровиробниками за вигідніші умови виробництва та реалізації продукції, за одержання найвищого прибутку та інших переваг, ця конкуренція здійснюється різними методами та може виступати в різних формах. Тому виникає необхідність у постійному пошуку нових шляхів для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Значний теоретичний доробок є наявним в галузі моделювання процесів управління конкурентоспроможністю державних підприємств [1-12].

Конкурентоспроможність визначають як напрям менеджменту, спрямований на формування, розвиток і реалізацію конкурентних переваг і забезпечення життєдіяльності цього суб'єкта економічної діяльності.

Основні фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства, умовно можна розділити на зовнішні і внутрішні. До зовнішніх факторів відносять: політичну обстановку в державі, законодавчу базу, економічні зв'язки, наявність конкурентів, розміщення виробничих сил, наявність сировинних ресурсів, загальний рівень техніки та технологій, систему управління промисловістю, концентрацію виробництв. Внутрішніми факторами є: система та методи управління фірмою, рівень технологій процесу виробництва, рівень організації процесу виробництва, система довгострокового планування, орієнтація на маркетингову концепцію, інноваційний характер виробництва.

До організаційних заходів, що підвищують рівень конкурентоспроможності підприємства, відносять:

-зміну якості виробу і його технічних параметрів з метою обліку вимог споживача та його конкретних запитів;

-виявлення переваг товару порівняно із заміниками;

-виявлення недоліків товарів-аналогів, які випускають конкуренти;

-вивчення заходів конкурентів з удосконалення аналогічних товарів;

-виявлення й використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції;

-нові пріоритетні сфери використання продукції;

У сфері технологій вагомими резервами підвищення конкурентоспроможності охоплюють: виключення дублювання в дослідженнях з метою уникнення зайвих витрат, усталене фінансування державного замовлення на дослідження та реалізацію національних цільових програм, спільні роботи з зарубіжними інвесторами. Впровадження інновацій сприяє досягненню ринкових конкурентних переваг завдяки випередженню конкурентів у часі.

В економічній літературі пропонують розрізняти чотири основні рівні конкурентоспроможності підприємства:

перший рівень - менеджери дбають лише про випуск продукції, на споживача не зважають;

другий рівень - менеджери прагнуть, щоб продукція підприємства повністю відповідала стандартам, встановленим конкурентами;

третій рівень - менеджери уже не зважають на стандарти конкурентів, а вже самі потроху стають «законодавцями моди» у галузі;

четвертий рівень - коли успіх у конкурентній боротьбі забезпечує насамперед не виробництво, а управління і підприємство повністю стає «законодавцем моди» на певному ринку

Щоб бути конкурентоспроможним в сфері «сильної» конкурентності, підприємству необхідно мати всі види знань, тобто мати достовірну інформацію, вміти нею користуватися і найвигідніше її використовувати. Вирішальне значення для конкурентоспроможності є вміння та таланти людей і обов'язково їхня «інформованість».

Висновки: Керівництво підприємства повинно вміти простежувати зміни, що відбуваються в умовах господарювання, і проводити різноманітні перетворення в політиці ведення виробництва та реалізації товарів. Такими перетвореннями можуть бути: подати на ринок новий вид продукції; знизити ціни на продукцію або послуги; через рекламу представити привабливіший вид товару; продавати товар через більшу кількість торгових представників і та ін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Азарова А.О. розроблення принципів побудови раціонального методу формалізації процесу оцінювання конкурентоспроможності вітчизняних підприємств / А.О. Азарова, О.В. Житкевич // Інноваційна економіка. - № (41). - 2013. - С. 93-96

2. Азарова А.О. управління конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств як базовий важіль забезпечення інноваційного розвитку економіки / А.О. Азарова, О.В. Житкевич // Колективна монографія: Socio economic problems of management Collective monograph: - Thorpe-Bowker® Melbourne, Australia, 2015. - С. 209-218.

3. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посібник [Текст]. - Київ: Центр навчальної літератури, 2006. - 384 с.

4. Азарова, А. О. Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства [Текст] : монографія / А. О. Азарова, О. В. Рузакова. — Вінниця : ВНТУ, 2010. — 172 с.

5. Азарова А. О. Оцінка ефективності інвестиційних проектів [Текст] / А. О. Азарова, Д. М. Бершов // Фінанси України. - № 9. - 2004. - С. 52–57.

6. Азарова А. О. Розробка методики визначення компетентності експертів при побудові СППР щодо оцінювання фінансового стану підприємства [Текст] / А. О. Азарова, О. В. Рузакова, Л. В. Воронюк // Механізми регулювання економіки. - 2006. - № 2. - С.133–138.

7. Азарова А. О. Математичні моделі та методи управління мотивацією персоналу [Текст] / А. О. Азарова, О. А. Ковальчук. — Вінниця : ВНТУ, 2014. - 140 с.

8. Азарова А. О. Вибір, планування та реалізація стратегії розвитку підприємства [Текст] / А. О. Азарова, Н. С. Желюк // Актуальні проблеми економіки, №12. - 2010. - С. 91–100.

9. Азарова А. О. Розробка методики визначення економічної безпеки підприємства [Текст] / А. О. Азарова, О. В. Гаврилова // Збірник наукових праць «Економіка: проблеми теорії та практики». - Дніпропетровськ : ДНУ, 2004. - Вип. 191, т. III. - С. 719–727.

10. Юхимчук С. В. Багаторівнева система оцінки фінансового ризику комерційних банків на базі нечіткої логіки [Текст] / С. В. Юхимчук, А. О. Азарова // Фінанси України. - 1998. - № 11. - С. 55–63.

11. Азарова А. О. Математичні моделі оцінювання стратегічного потенціалу підприємства та прийняття рішень щодо його підвищення [Текст] / А. О. Азарова, О. В. Антонюк. — Вінниця : ВНТУ, 2012. - 168 с.

12. Азарова А. О. Математична модель та метод оцінки рівня ризику структури капіталу засобами нейронної мережі Хопфілда [Текст] / А. О. Азарова, О. М. Роїк, Л. А. Кілимник // Актуальні проблеми економіки. - 2010. - № 1(103). - С. 245–253.

Ткачук Людмила Миколаївна – к.е.н., доц. каф. МБІС, заст. декана Факультету менеджменту та інформаційної безпеки з навчально-методичної роботи Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: ludatkachuk2017@gmail.com.

Вус Ольга Миколаївна – студентка групи МОЗ-15 факультету менеджменту та інформаційної безпеки.

Науковий керівник: Азарова Анжеліка Олексіївна – к.т.н., проф. каф. МБІС, заст. декана Факультету менеджменту та інформаційної безпеки з наукової роботи та міжнародного співробітництва Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: azarova.angelika@gmail.com.

Lyudmila Tkachuk – PhD (Ec), Assistant Professor, Deputy dean of the Faculty of management and information security by educational work of Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa, email : ludatkachuk2017@gmail.com.

Vus Olga Nikolaevna - Faculty of Management and Information Security.

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.

ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПРОГРАМНОГО ЗАСОБУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ ДЕРЖАВНОЇ УСТАНОВИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглянуто програмні продукти доступні для українського ринку інформаційних технологій та проведено їх аналіз, щоб визначити оптимальний варіант для автоматизації кадрової політики державної установи.

Ключові слова: програмний продукт; інформаційні технології; державна установа; автоматизація.

Домінантним аспектом ефективного розвитку державних установ є людський капітал. Лі Якокка стверджував, що кадри вирішують все, це свідчить про ключову роль управління людським капіталом на сьогоднішньому етапі розвитку економіки України. Продуктивним інформаційним ресурсом для зростання ефективності управління людським капіталом є сучасні інформаційні технології, тому з метою підвищення мотивації персоналу і розроблення відповідних засобів його стимулювання є обґрунтування оптимального програмного засобу, що уможливить підвищення ефективності управління людськими ресурсами державних установ.

Значний теоретичний доробок є наявним в галузі моделювання процесів управління різних суб'єктів господарювання, зокрема, державних установ [1-10].

Було проведено аналіз програмних продуктів, що існують на українському ринку інформаційних технологій, які забезпечують автоматизацію управління персоналом. Результати проведеного аналізу занесені до табл. 1.1.

Таблиця 1.1 Аналіз інформаційних технологій для управління персоналом

	Назва	Переваги	Недоліки
	2	3	4
1	АРМ «Кадри», «Комтех»	— зручна для державних підприємств; — видає необхідну інформацію в досить оперативному порядку.	— висока вартість; — непридатність всіх функцій, які реалізує даний пакет; — витрати на доробку системи спеціалістами-розробниками під специфіку обліку кадрів дано установи державного типу; — інтерфейс налагоджений не для даного користувача, тому необхідні додаткові витрати на навчання;
2	Євфрат-Документо обіг.	— дозволяє автоматизувати реєстрацію документів; — здійснює миттєвий пошук по	Система призначена для усіх комерційних процесів державних установ, а не лише для відділу

		документам; – проводить моніторинг стану процесів, що виконуються.	кадрів.
3	Система Галактика Enterprise Resource Planning	– розвинута функціональність системи; – завдяки модульній структурі системи є можливість купувати лише необхідні модулі; – можливість швидкого впровадження; – вартість рішень “Галактика” відповідає можливостям державних установ-замовників; – простота та надійність.	Система підтримує національні стандарти фінансової звітності Росії та враховує російську специфіку управління.
4	«Атлас КАДРИ»	– ведення обліку та збереження усієї необхідної інформації щодо персоналу; – у системі забезпечене розмежування, авторизація і санкціонування доступу до інформації.	– обов’язковість замовлення спеціальних послуг щодо впровадження системи у фірми-розробника;
5	«ІС:Підприємство 8.0. Зарплата й Управління Персоналом для України»	– реалізований регламентований облік нарахувань і управлінський облік заробітної плати; – реалізовані додаткові можливості ведення обліку декількох державних організацій або їх підрозділів; – реалізовано потужну підсистему кадрової аналітичної звітності.	Система забезпечена занадто великою кількістю різноманітних функцій, які на практиці більшості державних установ не використовуються.
6	БОСС-Кадровик	Відповідає усім основним вимогам роботи відділів кадрів.	– дана розробка російська, адаптація під українську специфіку знаходиться в процесі; – велика вартість.
7	Програма «PersonPro 2.0»	– програмний продукт торкається усіх аспектів діяльності кадрової служби в межах державної установи і є універсальним; – програма одна з небагатьох, яка розроблялась виключно для відділу кадрів; – програма створена спеціально для українських підприємств; – проста у використанні, не потребує спеціальної підготовки користувачів; – не вимагає додаткового обслуговування спеціалістами; – система висуває мінімальні вимоги до апаратних та програмних засобів; – на сьогоднішній день має найкращий показник “ціна/якість”.	Недостатньо розвинуті можливості щодо нарахування заробітної плати працівникам.

Згідно отриманих результатів, які були занесені до таблиці, можна зробити висновок, що оптимальним варіантом для автоматизації кадрової політики державної установи в Україні є програма PersonPro 2.0 від компанії АМІ-Україна.

Програма містить досить зручну структуру для користувача. Вона складається з підсистем «Кадри», «Організації», «Звіти», «Поточні установки» і «Службові». В свою чергу «Кадри» містить в собі модулі: накази, каталог співробітників, штатний розклад, журнал універсальних властивостей

співробітників, розрахунок стажу. Кожен з модулів підсистем виконує чітко визначені функції, які забезпечують якісне управління робочою силою підприємства.

Журнал наказів має ієрархічну структуру, з докладною специфікацією документів. Підготовка кожного з них (персонального чи групового) полягає в заповненні потрібних спеціальних полів, що автоматично викликають форму.

Облік складу організації автоматизований у каталозі працівників. На кожного з них можна завести особову картку з фотографією і всіма його персональними даними.

Модуль Розрахунок стажу дозволяє автоматизувати ці обчислення за кількома типами стажу: загальний, держслужба, у галузі, на підприємстві, пільговий.

Розглянувши структуру програмного продукту PersonPro 2.0 можна зауважити, що це дійсно найбільш зручний засіб для оптимізації роботи персоналу на державних підприємствах.

Література

1. Азарова А.О. розроблення принципів побудови раціонального методу формалізації процесу оцінювання конкурентоспроможності вітчизняних підприємств / А.О. Азарова, О.В. Житкевич // Інноваційна економіка. - № (41). – 2013. – С. 93-96
2. Азарова А.О. управління конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств як базовий важіль забезпечення інноваційного розвитку економіки / А.О. Азарова, О.В. Житкевич // Колективна монографія: *Socio economic problems of management Collective monograph*: - Thorpe-Bowker® Melbourne, Australia, 2015. – С. 209-218.
3. Азарова, А. О. Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства [Текст] : монографія / А. О. Азарова, О. В. Рузакова. — Вінниця : ВНТУ, 2010. — 172 с.
4. Азарова А. О. Оцінка ефективності інвестиційних проектів [Текст] / А. О. Азарова, Д. М. Бершов // Фінанси України. – № 9. – 2004. – С. 52–57.
5. Азарова А. О. Розробка методики визначення компетентності експертів при побудові СППР щодо оцінювання фінансового стану підприємства [Текст] / А. О. Азарова, О. В. Рузакова, Л. В. Воронюк // Механізми регулювання економіки. – 2006. – № 2. – С.133–138.
6. Азарова А. О. Математичні моделі та методи управління мотивацією персоналу [Текст] / А. О. Азарова, О. А. Ковальчук . — Вінниця : ВНТУ, 2014. – 140 с.
7. Азарова А. О. Вибір, планування та реалізація стратегії розвитку підприємства [Текст] / А. О. Азарова, Н. С. Желюк // Актуальні проблеми економіки, №12. – 2010. – С. 91–100.
8. Азарова А. О. Розробка методики визначення економічної безпеки підприємства [Текст] / А. О. Азарова, О. В. Гаврилова // Збірник наукових праць «Економіка: проблеми теорії та практики». – Дніпропетровськ : ДНУ, 2004. – Вип.191, т. III. – С. 719–727.
9. Азарова А. О. Математичні моделі оцінювання стратегічного потенціалу підприємства та прийняття рішень щодо його підвищення [Текст] / А. О. Азарова, О. В. Антонюк. — Вінниця : ВНТУ, 2012. – 168 с.
10. Азарова А. О. Математична модель та метод оцінки рівня ризику структури капіталу засобами нейронної мережі Хопфілда [Текст] / А. О. Азарова, О. М. Роїк, Л. А. Кілимник // Актуальні проблеми економіки. - 2010. – № 1(103). – С. 245–253.

Азарова Анжеліка Олексіївна – к.т.н., проф. каф. МБІС, заст. декана Факультету менеджменту та інформаційної безпеки з наукової роботи та міжнародного співробітництва Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: azarova.angelika@gmail.com.

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.

Ткачук Людмила Миколаївна – к.е.н., доц. каф. МБІС, заст. декана Факультету менеджменту та інформаційної безпеки з навчально-методичної роботи Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: ludatkachuk2017@gmail.com.

Lyudmila Tkachuk – PhD (Ec), Assistant Professor, Deputy dean of the Faculty of management and information security by educational work of Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa, email : ludatkachuk2017@gmail.com.

Тямушева Вікторія Максимівна- студентка гр. МОЗ-15 факультету менеджменту та інформаційної безпеки , м. Вінниця, email:tiamusheva.v.lmo@gmail.com.

TiamushevaViktoriaMaxymivna - student of gr. MOZ-15 the faculty of management and informative safety, Vinnytsia, email:tiamusheva.v.lmo@gmail.com.

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМ КАПІТАЛОМ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

В сучасному світі посилення ролі інтелектуальних та інформаційних ресурсів для виробництва конкурентоздатної продукції змушує підприємців акцентувати увагу на організаційній структурі, корпоративній культурі, інформаційному забезпеченні та основних елементах організаційного капіталу. На сьогоднішній день саме організаційний капітал набирає досить вагомого значення, що створює нові винаходи, забезпечує покращення а спрощення багатьох операцій, що приймають форму інтелектуальної власності та забезпечують створення економіки інноваційного типу та її забезпечення. Також спостерігається перетворення організаційного капіталу на провідний чинник економічного зростання та міжнародного обміну, радикальних структурних зрушень, саме він стає головним у визначенні ринкової вартості високотехнологічних компаній та формуванні високого рівня конкурентоспроможності не тільки фірми, а й країни. Тому без розробки та поширення організаційного капіталу у всі сфери діяльності неможливе становлення інформаційної, сучасної економіки та інноваційного розвитку не лише підприємств, але і держави в цілому.

Значний теоретичний доробок є наявним в галузі моделювання процесів управління різних суб'єктів господарювання. [1-8]

Саме організаційний капітал стає вирішальним фактором розвитку держави в умовах переходу суспільства до інформаційної економіки. Проте головною проблемою, є правильне забезпечення конкурентоспроможності підприємства, а для цього необхідно мати необхідні знання та навички, щоб вміти оцінювати зазначений капітал та ефективно ним управляти.

Проблему визначення сутності та розроблення організаційного капіталу досліджували такі відомі зарубіжні науковці як, як Т. Стюарт, Г. Беккер, Л. Едвінссон, М. Мелоун та вітчизняних науковців: Возняк Г., Бенювська Л., Білоуса Н. Б., Бояринову К. О., Чухна А. А. та ін.

Виклад основного матеріалу дослідження

Знання виступають головним фактором організації процесу виробництва, який забезпечує участь підприємства в глобальній конкуренції на світових ринках. Проте, варто зазначити, що в основі всіх процесів знаходиться організаційний капітал та його підтримка та фінансування на державному рівні.

Протягом багатьох років науковці досліджували та вносили свої корективи, що до даного поняття. В науковій літературі існує багато визначень поняття «організаційний капітал».

У таблиці 1 відображено основні точки зору вітчизняних та зарубіжних науковців.

Визначення	Автор
ОК – це інституційні знання, власником яких є організація, що зберігаються в БД і т. п.	Е. Брукінг
ОК – це організаційні можливості підприємства відповідати на вимоги ринку, оптимально розподіляти та використовувати людський (індивідуальний) капітал. Тобто, він є проявом організаційних здібностей, забезпечує вчасне реагування управлінської ланки на зміни ринку, що створює вигідні умови для розроблення нових цінностей	Г. Беккер
ОК містить технічне і ПЗ, організаційну структуру, патенти, торговельні марки і те, що дає можливість працівникам компанії реалізовувати свій виробничий потенціал	Л.Едвінсон,
ОК – технічне і ПЗ, патенти, торговельні марки, зв'язки, тобто те, що дає працівникам можливість продуктивно працювати, нерозривно пов'язаний із підприємством	А. Чухно
ОК – це патенти, ліцензії, ноу-хау, програми, товарні знаки, промислові зразки, технічне й ПЗ, організаційна структура, корпоративна культура і т.п.	М. Мелоун
ОК – знання, процедура, технології і інформація, що пов'язані з фірмою і завжди залишаються на ній	Білоус Н.Б.
ОК – це вид капіталу, який складається з елементів, що відповідають на питання: що та як мають робити працівники для підвищення прибутку організації. ОК – це здатність фірми керувати організаційною структурою з метою адаптування	Непляха Ю.В.

Джерело: [9, Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. Том 1. – №3. – 2015. – С.26]

Для поглиблення уявлення про організаційний капітал, доцільним є виділення його функцій:

- формування організаційної структури та системи управління підприємством;
- становлення креативного типу мислення працівників, підприємців, наукових діячів, управлінського персоналу;
- формування у системі капіталу інформаційного центру, що охоплює поступово всю сукупність факторів виробництва, розподілу, обміну і споживання;
- забезпечення ефективного використання інформаційних технологій та ресурсів підприємства;
- забезпечення формування, управління та прогресивного розвитку об'єктів інтелектуальної власності.

Відповідно до даного підходу, складові елементи організаційного капіталу можна поділити на дві групи :

а) інноваційний капітал – здатність компанії до оновлення, нововведень (захищена комерційним правом інтелектуальна власність, інші нематеріальні активи і цінності);

б) процесний капітал – системи виробництва, збуту, післяпродажного обслуговування тощо.

[10, С. 3]

Оскільки організаційний капітал відображає ефективність діяльності підприємства, зокрема ефективність використання організаційних ресурсів та можливостей, то можна вважати, що цей капітал є результатом використання організаційного потенціалу підприємства та підтримку та фінансування з боку держави. Організаційний капітал зростає завдяки ефективному перетворенню працівниками інформації та ресурсів, появи нових знань та можливостей, а також удосконаленню та розвитку людського капіталу.

Таким чином, організаційний капітал підприємства – це частина інтелектуального капіталу, що являє собою сукупність організаційних знань, здібностей та можливостей, отриманих внаслідок використання організаційного потенціалу.

Одним з найбільш ефективних шляхів встановлення об'єктивності існуючих умов та порогових значень відхилень для обґрунтування природи і цільових орієнтирів процесів становлення та нагромадження інтелектуального капіталу є застосування засобів автоматизації процесів управління для забезпечення ефективності реалізації процесів формування, розвитку та нагромадження інтелектуального капіталу підприємства. Використання певного програмного продукту дозволить скоротити терміни опрацювання вхідної інформації, якісно її перетворити, а також підвищити ефективність використання інтелектуальних ресурсів, забезпечити нарощення інтелектуального капіталу, а в його складі і організаційного. Зарубіжні ринки пропонують такі програмні продукти з автоматизації управління організаційним капіталом, як «1С:Предприятие», «Галактика» та програмно-аналітичний комплекс «Интеллектуальный капитал». [11, с 86 **Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. Том 1. – №4. – 2015. –]**

Висновки

Складність поняття, різноманітність функцій, а також відсутність системних досліджень організаційного капіталу обумовлюють існування різних підходів до визначення цього поняття та до його структури. Запропоновані визначення та структура організаційного капіталу дозволяють глибше розуміти це поняття і дають повніше уявлення про його складові елементи. Удосконалення структури організаційного капіталу шляхом її доповнення та конкретизації, а також визначення його функцій і факторів впливу дозволить точніше підбирати показники для оцінки цього капіталу на підприємствах та збільшить ефективність управління ним.

Подальші дослідження організаційного капіталу можуть бути спрямовані на виявлення показників його оцінки та розробку системи заходів із удосконалення управління цим капіталом на підприємствах та виконання певного контролю за цими процесами з боку держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Азарова А. О. Математичні моделі та методи управління мотивацією персоналу [Текст] / А. О. Азарова, О. А. Ковальчук . — Вінниця : ВНТУ, 2014. – 140 с.
2. А. О. Азарова, О. В. Рузакова Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства /. — Вінниця : ВНТУ, 2010. — 172 с.
3. Азарова А. О. Розробка методики визначення компетентності експертів при побудові СППР щодо оцінювання фінансового стану підприємства [Текст] / А. О. Азарова, О. В. Рузакова, Л. В. Воронюк // Механізми регулювання економіки. – 2006. –№ 2. – С.133–138.
4. Азарова А. О. Оцінка ефективності інвестиційних проектів [Текст] / А. О. Азарова, Д. М. Бершов // Фінанси України. – № 9. – 2004. – С. 52–57.
5. Азарова А. О. Вибір, планування та реалізація стратегії розвитку підприємства [Текст] / А. О. Азарова, Н. С. Желюк // Актуальні проблеми економіки, №12. – 2010. – С. 91–100

6. Азарова А. О. Розробка методики визначення економічної безпеки підприємства [Текст] / А. О. Азарова, О. В. Гаврилова // Збірник наукових праць «Економіка: проблеми теорії та практики». – Дніпропетровськ : ДНУ, 2004. – Вип. 191, т. III. – С. 719–727.
7. Юхимчук С. В. Багаторівнева система оцінки фінансового ризику комерційних банків на базі нечіткої логіки [Текст] / С. В. Юхимчук, А. О. Азарова // Фінанси України. – 1998. – № 11. – С. 55–63.
8. Азарова А. О. Математична модель та метод оцінки рівня ризику структури капіталу засобами нейронної мережі Хопфілда [Текст] / А. О. Азарова, О. М. Роїк, Л. А. Кілимник // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 1(103). – С. 245–253.
9. А. О. АЗАРОВА, Т. В. ОСТАПЧУК Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. Том 1. – №3. – 2015. – С. 25–28. (фахове видання, Google Scholar, РИНЦ, Index Copernicus).
10. Азарова А. О. проф., к.т.н Вісник Львівського університету. Серія економічна. – 2012. – Випуск 47. – С. 13–18 (фахове видання).
11. А. О. АЗАРОВА, Т. В. ОСТАПЧУК, О. О. МОРОЗ Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. Том 1. – №4. – 2015. – с. 6

Азарова Анжеліка Олексіївна – к.т.н., проф. каф. МБІС, заст. декана Факультету менеджменту та інформаційної безпеки з наукової роботи та міжнародного співробітництва Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: azarova.angelika@gmail.com.

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.

Воронюк Катерина Олексіївна – студентка Факультету менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницького національного технічного університету.

Voroniuk Kateryna – Student of the Faculty of management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ АДАПТАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА ДО НЕВИЗНАЧЕНОСТІ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено теоретичні аспекти адаптації підприємства до невизначеності бізнес-середовища. Визначено зміст та значення адаптації в управлінні підприємствами як складними соціально-економічними системами. Обґрунтовано застосування превентивних адаптаційних заходів управління, що дозволяють організації вчасно, мобільно й адекватно реагувати на постійні зміни ринкового оточення; тим самим забезпечувати свою життєдіяльність і конкурентні позиції на ринку.

Ключові слова: адаптація, соціально-економічна система, зовнішнє середовище, конкурентне середовище, адаптивне управління.

Abstract

The theoretical aspects of adaptation of the enterprise to the uncertainty of the business environment are researched. The content and meaning of adaptation in the management of enterprises as complex socioeconomic systems are determined. The application of preventive adaptive management measures is grounded, allowing organizations to timely, mobile and adequately respond to permanent changes in the market environment: thereby providing their livelihoods and competitive positions in the market.

Key words: adaptation, socio-economic system, external environment, competitive environment, adaptive management.

Вступ

Будь-яке підприємство є складною системою, яка постійно взаємодіє з динамічним та нестійким зовнішнім (ринковим) середовищем, яке дає об'єктивну характеристику оточуючим умовам, параметрам та структурі зовнішніх об'єктів, що відповідним чином впливають на процес здійснення підприємствами своєї діяльності. Розвитком теорії управління підприємством в нестабільному середовищі загалом та адаптивного управління зокрема займалися як закордонні, так і вітчизняні фахівці. До них належать: І.Ансофф, Р.Аккоф, С. Бір, С.Б. Виноградський, А. Воронкова, Є. Голубков, А. Градов, П.Друкер, Д.В. Гришин, В.А. Забродський, Б.Карлоф, Т.С. Клебанова, О.Ю. Кононов, С.А. Коновалова, Ю.В. Колейченко, Ф. Котлер, В.В. Кузьменко, К.Г. Макаров, Г. Мінцберг, В.С. Михайлов, М.В. Очкас, В.Л. Петренко, В.І. Скурихін, В.П. Стасюк, А.Н. Субботін, В.Н. Тимохін, О.М. Тридід та інші. В працях цих науковців проаналізовано види та форми адаптації, визначено методи та напрямки адаптації, ключові компоненти та типи реакцій на зміни тощо. Проте, практичний досвід функціонування українських підприємств засвідчує, що ряд питань цієї проблеми досліджені недостатньо повно та потребують подальшого наукового розвитку, особливо у розрізі економічного погляду на управління підприємством як складною соціально-економічною системою, що має свої специфічні властивості функціонування.

Результати дослідження

Необхідність розвитку теорії адаптивного управління в рамках економічної наукової думки обумовлена перед усім функціональною, структурною, організаційною складністю підприємства, як соціально-економічної системи та об'єкта управління. В свою чергу, адаптація є природним процесом прояву глибинних особливостей ринкової економіки і представляє певну сукупність змін у діяльності підприємств, обумовлених невизначеністю зовнішнього середовища.

Економічний механізм адаптації до конкурентного середовища являє собою сукупність організаційно-економічних форм і методів пристосування, які дозволяють шляхом узгодження цілей

підприємств та інтересів учасників, розробити та реалізувати такі моделі перебудови і розвитку підприємства, які б забезпечували його ефективне функціонування в умовах конкурентного середовища [1].

В сучасній науковій літературі широкої популярності набула теорія систем, згідно з якою будь-яка організація є відкритою системою і зміни в середовищі її функціонування впливають на результати її діяльності. Як зазначає Б. Мільнер, ефективність роботи підприємства безпосередньо залежить від його відповідності зовнішньому середовищу, з ускладненням якого ускладнюється система управління підприємством [2].

Адаптивні заходи, які здійснюються на підприємстві безпосередньо пов'язані зі стратегією організації. В свою чергу, реальна стратегія підприємства складається з двох частин: продуманих цілеспрямованих дій та реакції на непередбачений розвиток подій (процес пристосування). Як наслідок, на практиці майже неможливо відділити процеси пристосування підприємства до свого середовища від його звичайної діяльності. Процеси та дії, які відбуваються в організаціях не є сталими, раз і назавжди визначеними. У відповідь на зміни ринкових, фінансово-економічних та соціально-демографічних показників підприємство вдосконалює свою діяльність: змінює асортимент продукції, покращує сервісне обслуговування, пропонує більш вигідні умови для покупців, змінює деякі внутрішні правила та процедури, бізнес-процеси тощо. Названі зміни можуть проводитися як у межах звичайної діяльності організації, так і бути спеціальними антикризовими заходами.

У загальному вигляді процес адаптації складається з таких основних етапів: моніторинг та фіксація змін в середовищі; визначення ключових тенденцій розвитку; пошук перспективних можливостей та вибір дій; реалізація вибраних заходів; оцінка ефективності проведених заходів та коригування дій [3].

Авторське визначення адаптації полягає у розумінні під нею не лише способу виживання, але і умову подальшого розвитку підприємства, що і визначає новизну проблеми адаптації не як пасивного пристосування підприємства до невизначеності бізнес-середовища, а як активного його впливу на ринок. Вищенаведене визначає необхідність застосування превентивних заходів, що дозволяють організації вчасно, мобільно й адекватно реагувати на постійні зміни ринкового оточення: тим самим забезпечувати свою життєдіяльність і конкурентні позиції на ринку. У сформованій ситуації досить важливим є системне дослідження теоретичних, методичних і організаційно-економічних аспектів розробки системи адаптації промислових підприємств до невизначеності бізнес-середовища.

В свою чергу, процес адаптації підприємства спрямовується на розв'язання трьох основних завдань: забезпечення життєдіяльності й подальшого сталого розвитку підприємства в довгостроковій перспективі на основі встановлення динамічного балансу з бізнес-середовищем; підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства на ринках збуту; забезпечення високого рівня його фінансової привабливості. Для досягнення поставленої мети необхідно організувати процес вирішення комплексу завдань, що забезпечуватиме їх виконання. Це можна реалізувати на основі розробки й впровадження організаційно-економічної системи адаптації підприємства. Виходячи з її структури, необхідності виконання певних функцій і вирішення обраної сукупності локальних завдань, слід констатувати, що є об'єктивна підстава вважати за доцільне та необхідне впроваджувати на підприємствах саме таку систему. Її функціонування спрямовано на управління організаційно-економічним забезпеченням процесу адаптації підприємств. Змістовний аспект у формуванні системи адаптації полягає у визначенні обсягу та послідовності робіт, комплексу обґрунтованих заходів, що забезпечують конкурентне становище підприємства на ринках збуту.

Можна стверджувати, що на практиці безпосередній вплив адаптаційних заходів на результат діяльності організації поєднується з іншими видами робіт та напрямками діяльності. Отже, оцінювання ефективності адаптації носить проблемний характер щодо набору показників.

Порівняльний аналіз планових (нормативних) показників із фактично отриманими внаслідок проведення адаптації, дозволяє оцінити кількісні співвідношення між різними показниками діяльності підприємства і таким чином дозволяє більш об'єктивно оцінити ступінь досягнення організацією поставлених цілей. Серед переваг даної методики у порівнянні з іншими є те, що аналіз пропонується здійснювати як на основі фактично отриманих результатів, так і на основі бажаних (запланованих) показників, які ґрунтуються на фактично отриманих показниках попереднього періоду.

Інший метод аналізу ефективності адаптаційних дій – це комплексна оцінка становища підприємства на основі системи збалансованих показників (Balanced Scorecard). Ця система

стратегічного вимірювання була розроблена Р.С. Капланом і Д.П. Нортонем з метою підвищення ефективності багатовекторного стратегічного управління, щоб досягти якнайкращого узгодження інтересів усіх зацікавлених у діяльності компанії груп: акціонерів, споживачів, працівників, партнерів. Система збалансованих показників дозволяє проводити аналіз за чотирма напрямками (фінанси, клієнти, внутрішні бізнес-процеси, розвиток і навчання) [4; 5]. Основна сфера застосування даного аналізу – це крупні компанії, які здатні організовувати спеціальну проектну групу, що буде проводити аналіз і відповідати за правильність його результатів.

Методика стратегічної оцінки підприємства, наведена у праці К.І. Редченка [6], на нашу думку, найбільш доцільна для застосування підприємствами малого та середнього бізнесу через її відносну простоту. Проте вона ґрунтується на використанні експертних оцінок для аналізу динаміки стану справ на підприємстві за чотирма напрямками та передбачає виставлення інтегрованої стратегічної оцінки по кожному з вказаних напрямків та по організації в цілому. Експерти також можуть визначати, разом з отриманими висновками, необхідні заходи щодо поліпшення ситуації.

Спільною рисою всіх наведених методик є те, що вони вимірюють ефективність адаптаційних дій підприємства через ступінь виконання стратегії. Використання стратегічних підходів і методів в управлінні процесом адаптації дозволяє підвищити конкурентоспроможність підприємства, посилити його ринкові позиції, підвищити фінансову й інвестиційну привабливість, а також є важливим важелем для акціонерів, інвесторів, власників бізнесу, менеджерів підприємства у процесі прийняття обґрунтованих рішень. Необхідним атрибутом стабільного та ефективного функціонування підприємства в умовах мінливого оточення є бізнес-план, який спрямовано на планування комплексу адаптаційних заходів відповідно до обраної стратегії розвитку. Невід'ємною частиною бізнес-планування адаптації є оцінка економічної ефективності реалізації комплексу адаптаційних заходів, що потребує забезпечення раціональності витрат на адаптацію.

Висновки

Отримані результати дослідження теоретичних аспектів адаптації в рамках розвитку теорії управління складними соціально-економічними системами виявили певні особливості адаптації як процесу керованого впливу на об'єкт управління та обумовили необхідність розробки дієвої системи адаптації, функціонування якої спрямовано на управління організаційно-економічним забезпеченням процесу адаптації підприємств, яка, в свою чергу, є визначальною частиною стратегії організації, а тому її ефективність може бути виміряна через результативність виконання стратегії. Змістовний аспект у формуванні системи адаптації полягає у визначенні обсягу та послідовності робіт, комплексу обґрунтованих заходів, що забезпечують конкурентне становище підприємства на ринках збуту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Соколова Л.В. Теорія і практика адаптації підприємств до мінливого бізнес-середовища. – Харків: ХНУРЕ, 2004. – 288с.
2. Сучасні концепції менеджменту: Навч. посібник / За ред. д-ра екон. наук, проф. Л.Д. Федулової. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 536 с.
3. Ячменова В.М. Сутність понять «адаптація» та «адаптивність» [Електронний ресурс] / В.М. Ячменова, З. О. Османова // Вісник Національного університету «Львівська Політехніка». - 2010. - № 684. - С. 346-353. - Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua. / portal / natural / VNULP / Ekonomika / 2010_684 / 71.pdf.
4. Ольве Н.Г., Рой Ж., Веттер М. Оценка эффективности деятельности компании. Практическое руководство по использованию сбалансированной системы показателей: Пер. с англ. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2003. – 304 с.
5. Нивен П.Р. Сбалансированная система показателей: Шаг за шагом: максимальное повышение эффективности и закрепление полученных результатов / Пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2004.
6. Редченко К.І. Стратегічний аналіз у бізнесі: Навчальний посібник. – Видання 2-ге, доповнене. – Львів: Новий Світ-2000, 2003.

Олена Анатоліївна Сметанюк – доцент, канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет

Olena A. Smetaniuk - Associate Professor, PhD, Associate Professor on Department of Management, Marketing, and Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація. Розглянуто особливості функціонування підприємств житлово-комунального господарства. Встановлено основні фактори, що впливають на безпеку їх функціонування. Представлено основні проблеми формування системи економічної безпеки підприємств житлово-комунального господарства

Ключові слова. економічна безпека, підприємство житлово-комунального господарства, споживач

Abstract. Features of functioning of housing and communal services enterprises are considered. The basic factors influencing the safety of their functioning are established. The main problems of forming the system of economic security of enterprises of housing and communal services are presented

Key words. economic security, housing and communal enterprise, consumer

Житлово-комунальний комплекс – це одна з важливих та пріоритетних галузей національного господарського комплексу України і є важливою складовою частиною в системі життєзабезпечення населення країни, тому підйоми або спади його розвитку прямо впливають на рівень економічної безпеки споживача житлово-комунальних послуг.

Житлово-комунальний комплекс України сьогодні є одним з найбільш проблемних напрямків державної політики. Криза житлово-комунального господарства почалась в період започаткування ринкової реформи, коли не розраховуватись за комунальні послуги стало звичайним явищем. Наслідком таких не платежів стала відсутність модернізації основних засобів та мереж, що триває до сьогодні, проте за весь цей час так і не було вироблено заходів виведення комунального господарства з кризового становища. Низька якість наданих послуг, надмірно високі ціни за надані послуги, колосальні фінансові та енерговитрати на виробництво та доведення до кінцевого споживача комунальних послуг, все це ще раз доводить об'єктивну необхідність реформування житлово-комунального комплексу [1].

Однак з одного боку ми розуміємо необхідність реформування ЖКГ, а з іншого боку на процес реформування всієї галузі потрібні колосальні фінансові ресурси, яких на сьогоднішній момент в державній казні не має. Ускладнює ситуацію і розуміння того, що інвестиції на реформування ЖКГ – це довгострокові соціальні інвестиції, і прибуток від яких можна буде отримати в дуже далекій перспективі, відповідно приватні інвестори не бажають вкладати ресурси в ЖКГ [2].

Важливою характеристикою житлово-комунального господарства є збереження відповідальності за стабільне, надійне і якісне надання послуг споживачам. В сучасних умовах економічна безпека підприємств житлово-комунального господарства відіграє виняткову роль у його діяльності. Економічна безпека підприємств ЖКГ – це стан підприємства, який характеризується стійкістю до внутрішніх та зовнішніх загроз, здатністю забезпечити реалізацію власних економічних інтересів, ефективно функціонувати та розвиватися в умовах конкуренції та господарського ризику.

Щодо індивідуальної економічної безпеки споживачів у сфері житлово-комунального господарювання можна стверджувати, що якщо споживача не забезпечено послугами необхідного рівня та якості то відбуваються негативні явища у взаємодії покупця і продавця житлово-комунальних послуг, зокрема:

1. споживач не отримує послугу або отримує за завищеною ціною;
2. відсутній зручний режим роботи виробників і виконавців житлово-комунальних послуг;
3. споживач стає не поінформованим, відповідно до законодавства, про реалізацію місцевих програм у сфері житлово-комунального господарства, а також щодо відповідності якості житлово-комунальних послуг до нормативів, норм, стандартів і правил;
4. споживач не має можливості укладання договорів із підприємствами різних форм власності на вироблення та/або виконання житлово-комунальних послуг;
5. споживач не має можливості здійснювати контроль за дотриманням законодавства щодо захисту своїх прав у сфері житлово-комунальних послуг [3, с. 169].

Сукупність зазначених негативних моментів свідчить про незадовільний стан захищеності його споживачів та економічних інтересів і безпечної роботи житлово-комунальних підприємств, подальше функціонування яких відбувається в умовах ризиків і загроз економічній безпеці підприємств та споживачів житлово-комунальних послуг. Наприклад: Стрімке зростання тарифів до ринкового рівня та не-спроможність більшості споживачів сплачувати за послуги, проблемами у формуванні системі субсидування наявності складності в порядку їх отримання, сфера економічних відносин між виконавцями та виробниками у процесі проведення тендеру чи укладання договору на вироблені чи поставлені послуги, економічні відносини між виробниками та споживачами щодо інформування споживача про перелік житлово-комунальних послуг, їх вартість, загальну вартість місячного платежу, структуру ціни/тарифу, норми споживання, порядок надання житлово-комунальних послуг, тощо.

Щодо економічної безпеки споживача послуг ЖКГ можна сказати, що найбільший ризик завищення вартості послуги виникає саме в цій сфері економічних відносин. Проблема полягає в тому, що система державних закупівель була та досі залишається найбільш корумпованою галуззю. Найчастіше трапляється, що переможцями конкурсних торгів виявляються зовсім не ті, хто пропонував нижчу ціну чи якісніший товар [4].

Невдоволення споживачів викликають: недосконалість тарифної політики та системи соціального захисту у сфері ЖКГ, неякісне надання житлово-комунальних послуг, не ефективне управління власністю в житловому господарстві, неефективне функціонування комунальних підприємств галузі, низький рівень поінформованості. Серед проблемних питань, які виникають у процесі надання житлово-комунальних послуг, суттєвим є неефективне використання бюджетних коштів у сфері житлово-комунального господарства.

Висновок: На сучасному етапі реформування житлово-комунального господарства України супроводжує низка споживчих ризиків. Одним із ключових ризиків є надмірні темпи й масштаби самоусунення держави від функцій із контролю за дотриманням галузевих норм і нормативів якості продукції й послуг, а також захисту прав споживачів житлово-комунальних послуг у поєднанні з недосконалістю механізмів регулювання конкурентного середовища й ціноутворення у сфері житлового господарства та комунального обслуговування. Доповнює висвітлену проблематику непрозорість і недоступність інформації щодо ефективності використання бюджетних коштів, які спрямовують у житлово-комунальну сферу.

Ураховуючи зазначене, стає зрозумілим, що забезпечення економічної безпеки підприємств житлово-комунального господарства потребує нової стратегії, яка б орієнтувалась на кінцевого споживача щодо найбільш повного задоволення його потреб та захисту економічних інтересів на основі визначення та досконалого вивчення наявних зон ризику і загроз задля виявлення шляхів їх подолання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Шкурко О. В. Особливості забезпечення економічної та фінансової безпеки діяльності ЖКГ / О. В. Шкурко. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua/38684/1/186-188.pdf>
2. Мізік Ю. І. До питання комплексної оцінки рівня фінансово- економічної безпеки підприємств житлово- комунального комплексу / Ю. І. Мізік. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua/38837/1/49-51.pdf>
3. Кириченко О. А. Економічна безпека суб'єктів господарської діяльності в умовах глобальної фінансової кризи: монографія / О. А. Кириченко, І. А. Білоусова, В. С. Сідак. – К.: Дорандо-друк, 2010. – 437 с.
4. Харченко О. С. Науково-методичний підхід до управління платоспроможністю в системі фінансової безпеки підприємств житлово-комунального господарства / О. С. Харченко // Ефективна економіка. – 2013. – № 8. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4350>

Вітюк Анна Валеріївна – канд. екон. наук, старший викладач кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця anna_vitiuk@ukr.net

Сидорук Вікторія Олександрівна – студентка факультету менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця,

Anna Vitiuk – Ph.D., (Ec.), Senior lecturer of Management, Marketing and Economics Department, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, anna_vitiuk@ukr.net

Viktoriia Sidoruk – student of Faculty of management and informational security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація. Розглянуто особливості функціонування будівельних підприємств. Встановлено основні фактори, що впливають на безпеку їх функціонування. Представлено підходи до формування системи економічної безпеки будівельних підприємств

Ключові слова. економічна безпека, підприємство, заходи

Abstract. Features of functioning of construction enterprises are considered. The basic factors influencing the safety of their functioning are established. The approaches to the formation of the economic security system of construction enterprises are presented

Keywords. economic security, machine-building enterprise, measures

Будівельна галузь є специфічною галуззю народного господарства, яка визначає ефективність функціонування всього народного господарства країни [1]. Відзначаючи широту існуючих негативних впливів у будівельному комплексі та потенційних небезпек і загроз підкреслимо, що забезпечення економічної безпеки перебуває у компетенції різних суб'єктів: органів державної влади, спеціалізованих приватних і громадських структур, внутрішніх служб та підрозділів підприємства. Тим не менш, основне місце у системі забезпечення економічної безпеки будівельного підприємства має відводитися його службі економічної безпеки.

Однак при високому рівні тіньових відносин та криміналізації економіки, необхідною є взаємодія служб економічної безпеки підприємств та професійних компаній з надання послуг забезпечення економічної безпеки, а також силових структур [2]

Формування системи економічної безпеки будівельного підприємства і розробка заходів з підтримання її належного рівня потребує вивчення галузевої специфіки. За результатами аналізу особливостей будівельної галузі важливо відрізнити ознаки, які прямо впливають на діяльність, а відповідно і безпеку господарювання, серед яких варто відзначити:

1. Можливість використання будівельної продукції лише за місцем виробництва, її нерухомість. Тобто, об'єкти будівництва стають автоматично об'єктами земельних відносин і власності на неї;
2. Високий ступінь мобільності виробництва, обумовлений тим, що відбувається наданням будівельних послуг. Послуги надаються не за місцем розміщення будівельного підприємства, а на ділянці, визначеній замовником або за місце розташування об'єкту;
3. Значна залежність від природних факторів, що обумовлює необхідність варіації технічних і технологічних рішень і впливає на продуктивність праці, специфіку її охорони і безпеки, зумовлює тривалість і послідовність виконання;
4. Тривалий господарський цикл і низька швидкість обороту капіталу;
5. Висока вартість об'єктів будівництва, значна тривалість їх експлуатації;
6. Потреба в залученні значних обсягів ресурсів, що пояснює поширену практику авансових платежів і 100% передплати;
7. Високий ступінь індивідуалізації споживача (у більшості випадків споживач будівельних послуг відомий до моменту зведення об'єкта будівництва), що приводить до попереднього встановлення контрактної ціни на об'єкт або конкретного механізму її визначення;
8. Значна потреба у взаємодії багатьох підприємств і організацій під час створення будівельної продукції, що пояснює наявність складних техніко-економічних зв'язків у галузі;
9. Наявність великої кількості різноманітної інформаційної документації та необхідність дотримання встановлених державою вимог, норм і нормативів;
10. Високий ступінь непрозорості процедур під час ліцензування, отримання дозвільних документів.

Зазначені характерні риси визначають зміст основних зовнішніх і внутрішніх загроз економічної безпеки будівельного підприємства та обумовлюють специфіку її управління. Саме від точності визначення

пріоритетних загроз залежить спроможність формування ефективних стабілізаційних заходів для забезпечення ефективного функціонування підприємства [4].

Важливо зазначити, що діяльність будівельних підприємств є ліцензованою, відповідно регламентується і контролюється державою. Початок процесу будівництва також контролюється державою через процедури отримання дозволу на проектування, будівництво. Окрім того, органами влади встановлюється або рекомендується і порядок ціноутворення у будівельній галузі.

Дослідники [3-4] пропонують у процесі формування системи економічної безпеки будівельних підприємств враховувати принцип чотирьох ролей будь-якого елементу будівельного підприємства. Авторська позиція полягає в тому, що будь-який елемент поза і всередині підприємства з точки зору забезпечення безпеки підприємства виступає і розглядається одночасно в 4 ролях:

1. Як суб'єкт (засіб, механізм, спосіб) забезпечення безпеки;
2. Як об'єкт забезпечення безпеки (елемент, на який спрямовано захист);
3. Джерело загрози;
4. Об'єкт загрози.

Крім цього, науковці пропонують у процесі формування системи економічної безпеки будівельного підприємства виділяти шість рівнів його діяльності та відповідних їм рівнів безпеки: рівень власника (акціонерний), рівень вищого керівництва підприємства, рівень організаційної структури та системи управління підприємства, рівень кадрової політики та системи мотивації персоналу, рівень побудови бізнес-процесів, рівень поточної діяльності в рамках, регламентованих попереднім рівнем, рівень обліку, контролю, аналізу. Для успішного забезпечення економічної безпеки необхідним є проведення захисних заходів на всіх шести рівнях. При цьому більш високі рівні мають пріоритетне значення, діяльність і забезпечення безпеки тільки на нижчих рівнях найчастіше є малоефективною. Для вчасної та ефективної реакції на можливі загрози будівельної індустрії, на думку Андрієнко В. М. [6] потрібно провести такі заходи:

1. Опис проблемної ситуації;
2. Визначення цільової установки;
3. Побудова системи економічної безпеки підприємств;
4. Розроблення методологічного інструментарію оцінки стану економічної безпеки на підприємствах;
5. Розрахунок сил і засобів для забезпечення економічної безпеки;
6. Розроблення заходів щодо реалізації основних положень концепції економічної безпеки підприємств

Головні втрати замовників та інвесторів будівництва пов'язані з факторами, які в економічній науці називають «конфлікт інтересів» або «конкуренція між виробником і споживачем». Причому основною загрозою тут є відсутність у працівників підприємства-замовника спеціальних навичок щодо забезпечення економічної безпеки будівництва

Таким чином, з огляду на особливості діяльності будівельних підприємств система економічної безпеки кожного підприємства є абсолютно індивідуальною. Її повнота й дієвість багато в чому залежать від наявності в державі законодавчої бази, матеріально-технічних і фінансових ресурсів, які виділяє керівник підприємства, розуміння кожним зі співробітників важливості забезпечення безпеки бізнесу, а також від знань і практичного досвіду начальника системи економічної безпеки, що безпосередньо займається формуванням, побудовою і підтримкою самої системи. Лише незначна частка будівельних підприємств виділяє такий елемент своєї діяльності, як система економічної безпеки, частіше за все цими питаннями займаються менеджери, аналітики охорона підприємства. Особливістю та складністю при формуванні системи економічної безпеки є той факт, що її дієвість практично повністю залежить від людського чинника. Навіть за наявності на будівельному підприємстві професійно підготовленого начальника служби економічної безпеки, сучасних технічних засобів, менеджмент підприємства не отримає бажаних результатів, доки в колективі кожний співробітник не усвідомить важливість і необхідність запровадження заходів економічної безпеки. Для забезпечення ефективного функціонування сучасному підприємству будівельної галузі необхідно не тільки постійно проводити моніторинг рівня економічної безпеки, але оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища, виникнення потенційних і реальних загроз, беручи до уваги особливості соціально-економічного розвитку, його тенденції, перспективи, із урахуванням характерних галузевих особливостей і нетипових загроз.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Чорна М. В. Концептуальна модель оцінки економічної безпеки будівельного підприємства // М. В. Чорна, І. В. Пірятінська. // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2012. – Вип. 40. – С. 208-211.

2. Черевко В. О. Особливості функціонування системи економічної безпеки будівельних підприємств / В. О. Черевко, В. І. Дмитренко // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 12. – С. 49-51.
3. Іванюта Т. М. Система економічної безпеки / Т. М. Іванюта // Проблеми економіки підприємств в сучасних умовах : тези доповідей VII Міжнарод. наук-практ. конф., Київ, 19-21 травня 2011 р. – К. : НУХТ. – 2011. – С. 109-111.
4. Дзянбо Ю. Особливості управління фінансово-економічною безпекою будівельних корпоративних підприємств у сучасних умовах господарювання // Ю. Дзянбо / Економічний аналіз : зб. наук. праць Тернопільського національного економічного університету. – 2014. – Том 17. – № 2. – С. 128-135.
5. Васильєв О. В. Формування системи управління економічною безпекою промислових підприємств / О. В. Васильєв, В. І. Мейта // Економічний аналіз. – 2013. – Том 14. – № 2. – С. 138-145.
6. Андрієнко В. М. Сучасні підходи до формування системи економічної безпеки вітчизняних будівельних підприємств / В. М. Андрієнко // Вчені записки університету "КРОК". Серія : Економіка. - 2014. - Вип. 37. - С. 119-126.

Вітюк Анна Валеріївна – канд. екон. наук, старший викладач кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця anna_vitiuk@ukr.net

Мосійчук Вікторія Володимирівна – студентка факультету менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця,

Anna Vitiuk – Ph.D., (Ec.), Senior lecturer of Management, Marketing and Economics Department, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, anna_vitiuk@ukr.net

Viktoriia Mosiichuk – student of Faculty of management and informational security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ РОЗВИТКОМ АВІАКОМПАНІЙ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті представлено основні передумови стратегічного управління та його вплив на розвиток авіакомпаній. Розглянуто технологію процесу стратегічного управління. Запропоновано головні вимоги для майбутнього розвитку авіакомпаній.

Ключові слова: *стратегія авіакомпанії, стратегічне управління, стратегічний розвиток.*

Abstract

The article presents the basic prerequisites of strategic management and its impact on the development of airlines. The technology of strategic management process is considered. The main requirements for the future development of the airline are proposed.

Keywords: *airline strategy, strategic management, strategic development.*

Постановка проблеми. У зв'язку із ситуацією на сході та постійним зниженням економіки України головною метою більшості авіакомпаній є вміння адаптуватись у встановлених країною умовах та зберегти стабільний розвиток компанії. Необхідно проаналізувати стадії стратегічного розвитку авіакомпаній та сформулювати заходи для збереження стабільного стану компанії.

Аналіз досліджень і публікацій. Щодо управління розвитком авіакомпаній досліджували у своїх працях, як вітчизняні так і закордонні вчені, а саме : Кулаєв Ю.Ф., Щелкунов В. І., Гречко О.В., Гричкєдова М.В. та ін.. Зокрема, автори Кулаєв Ю.Ф., Щелкунов В. І запропонували механізми стратегічного управління конкурентоспроможністю авіакомпанії, а також стратегії конкуренції компанії на вітчизняному та міжнародному ринках авіаперевезень, що забезпечать підвищення ефективності функціонування та її міжнародної конкурентоспроможності. Проте питання стратегічного розвитку авіакомпаній на міжнародному ринку, сучасних стратегічних підходів та потенціалу адаптації відображена у науковій літературі недостатньо, що вимагають подальших досліджень теоретичних і практичних аспектів концепції стратегічного розвитку.

На сьогоднішній день важливим є аналіз попиту та пропозиції, мотивів поведінки споживачів і конкурентів на українському ринку, форм і каналів збуту продукції, форм та рівня конкуренції, способів просування товарів, можливості введення інтенсивних технологій не лише авіакомпаній, а взагалі будь-яких компаній, адже план просування та розвитку будь-якого підприємства загалом однаковий. У загальному вигляді технологія процесу стратегічного управління містить такі стадії [1, с.83]:

– визначення місії і короткострокових цілей підприємства (усвідомлення проблем, розробка стратегічного бачення і місії організації, встановлення оптимальної сукупності збалансованих цілей);

- стратегічний аналіз (використовується технологія стратегічного аналізу, яка включає оцінку, аналіз потенціалу, позиції та конкурентну перевагу організації, і вплив факторів зовнішнього середовища);
- вибір стратегії розвитку (полягає в підготовці переліку стратегій і у виборі кращої альтернативи для даної ситуації);
- реалізація стратегії (передбачає організаційні заходи щодо реалізації обраної стратегії: розробка проекту і плану, реструктуризація, формування культури та організаційної структури відповідно до обраної стратегії) [2, с.452];
- контроль та оцінка виконання положень стратегії (полягає в контролі стратегічного процесу, а також в оцінці виконання дій та внесенні коректив). Як відомо, основою стратегічного управління є стратегія, що включає низку взаємопов'язаних конкретних положень, які можуть стосуватися будь-якої сфери діяльності підприємства.

Для досягнення визначених цілей перед авіакомпанією має бути присутня стратегія майбутнього розвитку, а саме відповідати таким вимогам, як:

- логічність – визначення чому саме така стратегія та аналіз всіх факторів середовища [3, с.12];
- результативність – вміння вирішити будь-яких завдань орієнтуючись на довгостроковість;
- стійкість – можливість у визначений час реалізувати заплановане, навіть якщо є певні зміни;
- гнучкість – можливість пристосуватись до змін;
- узгодженість - взаємозв'язок всіх стратегій, які реалізуються авіакомпанією у певний проміжок часу, для забезпечення їх безконфліктності, взаємна підтримка стратегій;
- економічність – максимум прибутку при мінімумі витрат;
- конкретність – чіткість і зрозумілість всієї стратегії для всього персоналу авіакомпанії;
- актуальність – вміння відповідати поточному стану, певним умовам об'єктивної необхідності авіакомпанії;
- реалістичність – щоб поставлені цілі перед компанією були досяжними.

Якщо формувати стратегію, необхідно уникати таких критеріїв, як: вузька спеціалізація, поширення за початкові межі, неврахування сторін перевізника, вузької спеціалізації та пропаганди іміджу. Завжди необхідно оцінювати не лише можливі невдачі, джерела ризику, а й джерела можливостей [4, с.17].

Щоб зрозуміти розвиток авіакомпанії необхідно, визначити пріоритети майбутнього розвитку, оцінити ринок конкурентів, проаналізувати потреби споживачів, оцінити як потреби споживачів, так і власні можливості. Тобто це відбувається оцінка поточного стану компанії, чи є вона стабільною на ринку, чи ні. Тобто, якщо при даній оцінці фірма має позитивний розвиток, то їй потрібно лише самовдосконалюватись, наприклад : залучати інновації, формувати власний бренд, бути конкурентноспроможним та вміти спрогнозувати це у довгостроковому періоді. Також як варіант, є можливість кооперації, це якщо положення є менш стабільним, та немає впевненості на 100% на довгостроковий період. Кооперація включає в собі можливість підписати угоду франчайзингу, чи співпрацювати з іншими компаніями. Якщо ж дана авіакомпанія характеризує нестабільний стан, то

варіантом покращення ситуації і розвитку подальшого бізнесу, є можливість злитись з іншими авіакомпаніями. Процес злиття і поглинання забезпечує збільшення потужності авіаційного бізнесу в умовах міжнародної конкуренції [5, с.220].

Отже, в будь-якому випадку необхідно вміти скласти правильний прогноз, який покаже подальші перспективи фірми. Таким чином відбувається оцінка теперішнього стану фірми і вже від цього слід визначати подальшу структуру управління компанією. Якщо є негативні результати, то необхідно внести корективи та покращити даний стан, а якщо позитивні – то варто покращувати розвиток при тому зберігаючи стабільність авіа фірми.

Висновок. Стратегічне управління авіакомпанії необхідно розвивати постійним удосконаленням системи, аналізом конкурентного ринку, з використанням власних переваг над іншими фірмами. Для внутрішньої стійкості потрібно бути адаптованим до ситуацій як на зовнішньому так і на внутрішньому ринку. Існують альтернативи, такі як: саморозвиток та самовдосконалення підприємства, кооперація, або злиття та поглинання. Всі ці стадії залежать від стабільного стану самої компанії. Головною метою є досягнення конкурентоспроможності на зовнішньому та внутрішньому ринку, та задоволення потреб цільової аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Chandler A.D. Strategy and Structure / A.D. Chandler. – Cambridge MIT Press, 2007. – 480 с.
2. Кулаев Ю.Ф., Щелкунов В.І. Экономика гражданской авиации Украины. [Текст]– К.: Фенікс, 2010. – 736 с.
3. Гречко, О.В. Механізми стратегічного управління конкурентоспроможністю авіакомпаній: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Олександр Васильович Гречко; Донец. нац. ун-т. – Донецьк, 2011. – 20 с.
4. Гричкоєдова, М.В. Формування конкурентної стратегії авіакомпанії на світовому ринку авіаперевезень: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.02 / Марина Володимирівна Гричкоєдова; Національний авіаційний університет. – К., 2013. – 20 с.
5. Петров А.Н. Стратегический менеджмент [Текст] / Под.ред. А.Н.Петрова. – СПб.: Питер, 2010. – 496 с.

Лесько Тетяна Віталіївна - студентка гр. МОЗ-15 факультету менеджменту та інформаційної безпеки, м. Вінниця, email: 08tanya101197@gmail.com.

Lesko Tetyana Vitaliivna - student of gr. MOZ-15 the faculty of management and informative safety, Vinnytsya, email: 08tanya101197@gmail.com.

Лілія Миколаївна Благодир — канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Lilija M. Blagodyr – Cand. Sc. (Ec.), Assistant Professor of Management, Marketing and Economics Department, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ЛІДЕРИ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ІЗ БРЕНДИНГУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Виявлено лідерів брендингових досліджень, які проведено в 2000 – 2019 рр. Ідентифікацію лідерів здійснено за бібліометричним підходом та за базами Scopus та Dimensions. Лідерів визначимо за такими номінаціями: найбільш продуктивні країни; найбільш продуктивні університети; найбільш продуктивні дослідники; найбільш продуктивні видання; найбільш цитовані публікації.

Ключові слова: брендинг, наукометрія, лідери, Scopus, Dimensions.

Abstract

The leaders of branding research conducted in 2000– 2019 were identified. The identification of the leaders was carried out according to the bibliometric approach based on Scopus and Dimensions databases. Leaders are identified in the following categories: the most productive countries; the most productive universities; the most productive researchers; the most productive journals; the most cited publications.

Keywords: branding, scientometrics, leaders, Scopus, Dimensions.

Вступ

Загострення конкуренції, зростання схожості товарів, швидкий розвиток і зміна ринків змушують маркетологів освоювати, адаптувати та застосовувати новітні технології управління, однією з яких є брендинг. Брендинг – це взаємопов'язані процеси створення, виведення та експлуатації бренду, які спрямовані на довгострокову лояльність споживачів до асоційованих з ним товарів чи послуг.

Стрімке зростання інтересу науковців до брендингових досліджень розпочалося у 2000 р. [1]. Метою статті є ідентифікація лідерів брендингових досліджень, які проведено в третьому тисячолітті. Ідентифікацію лідерів здійснимо за бібліометричним підходом та за базами даних інформаційних систем наукових публікацій. Такий підхід до наукових розвідок набуває все більшої популярності.

Лідерів брендингових досліджень визначимо за такими номінаціями: найбільш продуктивні країни; найбільш продуктивні університети; найбільш продуктивні дослідники; найбільш продуктивні видання; найбільш цитовані публікації. Хронологічно рамки розвідки обмежено 2000 – 2019 роками.

Бази публікацій та пошукові запити

Дослідження проведемо на основі даних систем Scopus та Dimensions. Наш вибір обумовлено такими причинами. По-перше, ці системи формують базу публікацій за виданнями, а не за окремими файлами академічного спрямування, які розміщені в інтернеті. Тому, зміст баз не такий засмічений, як, наприклад, в Google Scholar. По-друге, ці системи є досить масштабними: Scopus індексує понад 70 млн публікацій, а Dimensions – майже 100 млн публікацій. Причому, на відміну від Web of Science, усі галузі знань представлені достатньо великою кількістю публікацій. По-третє, сервіси цих систем дозволяють у простий спосіб сформулювати запити для ідентифікації лідерів за вказаними номінаціями.

Пошуковий запит сформулюємо так: *Branding OR "Brand management"*. Областю пошуку в Dimensions оберемо назву публікації та її анотацію. Scopus дозволяє здійснити більш акцентовану розвідку, тому областю пошуку оберемо назву та ключові слова публікації. Пошук в розділах «Назва публікації» та «Ключові слова» пов'яжемо логічною операцією OR. Роки публікацій обмежено інтервалом [2000, 2019]. Відповідний пошуковий запит у Scopus-синтаксисі є таким: *(SRCTITLE (branding OR "brand management") OR KEY (branding OR "brand management")) AND PUBYEAR > 1999 AND PUBYEAR < 2020*. В результаті пошуку встановлено, що на 26 лютого 2019 р. Scopus містить інформацію про 8158 публікацій із брендингу. У Dimensions є 12693 таких публікацій.

Топові країни та топові університети

За даними Scopus найбільш продуктивними є науковці із США, Великобританії та Австралії. Вони фігурують серед авторів у 25.2%, 12.6% та 6.4% від усіх брендингових публікацій, відповідно. Співавторами науковців з США найчастіше є колеги з Великобританії, з якими вони видали 4.4% спільних публікацій, з Канади – 3.2% спільних публікацій та з Австралії – 2.5% спільних публікацій. Співавторами науковців з Великобританії найчастіше є колеги з США, з якими вони видали 8.8% спільних публікацій, з Австралії – 4.4% спільних публікацій та з Китаю – 3.4%. Співавторами науковців з Австралії найчастіше є колеги з США, з якими вони видали 9.7% спільних публікацій, з Великобританії – 8.6% спільних публікацій та з Нової Зеландії – 2.5% спільних публікацій.

Кількість публікацій за п'ятирічки наведено в табл. 1. В таблицю включено усі країни, внесок яких у будь-якій п'ятирічці перевищив 2%. Таких країн виявилось 14. На рис. 1 зображена динаміка публікацій кожної із 14 країн. По осі абсцис відкладено відсоток публікацій із брендингу, авторами яких є науковці з відповідної країни. Видно, що стрімко збільшила свою частку Індія, яка в останню п'ятирічку здолала п'ятивідсотковий бар'єр і за кількістю публікацій зайняла четверте місце, впритул наблизившись до Австралії. Добру позитивну динаміку демонструють також Іспанія, Італія, Німеччина, Франція та Швеція. Якщо взяти до уваги статистику за 2018–2019 рр., тоді виявляється, що Індія з 74 публікаціями вже випереджає Австралію, яка має 60 публікацій. Внесок Індії за цей період вже становить 8.5% від сітового. На п'ятому місці Іспанія з 47 публікаціями, яка вже випереджає Німеччину (39 публікацій) та Канаду (43 публікації). Таким чином, в брендингових дослідженнях спостерігається тенденція зменшення гегемонії трійки бренд-лідерів ХХІ сторіччя (США, Великобританія, Австралія) за рахунок стрімкого зростання публікацій з Індії, Іспанії та інших країн. Щодо України, то вона далеко позаду – за 2018–2019 рр. опублікована лише 1 стаття [2].

Таблиця 1 – Географічний розподіл публікацій з брендингу за даними Scopus

Країна	Часовий проміжок			
	2000–2004 рр.	2005–2009 рр.	2010–2014 рр.	2015–2019 рр.
Австралія	24	105	176	184
Австралія	24	105	176	184
Великобританія	97	241	362	378
Данія	15	34	54	59
Індія	11	14	70	165
Іспанія	7	16	84	118
Італія	6	16	62	100
Канада	22	64	103	108
Китай	8	37	88	94
Нідерланди	20	32	69	80
Німеччина	12	56	92	129
США	197	429	659	665
Фінляндія	2	13	53	55
Франція	7	26	85	93
Швеція	8	22	69	101
Всього	774	2137	2485	2762

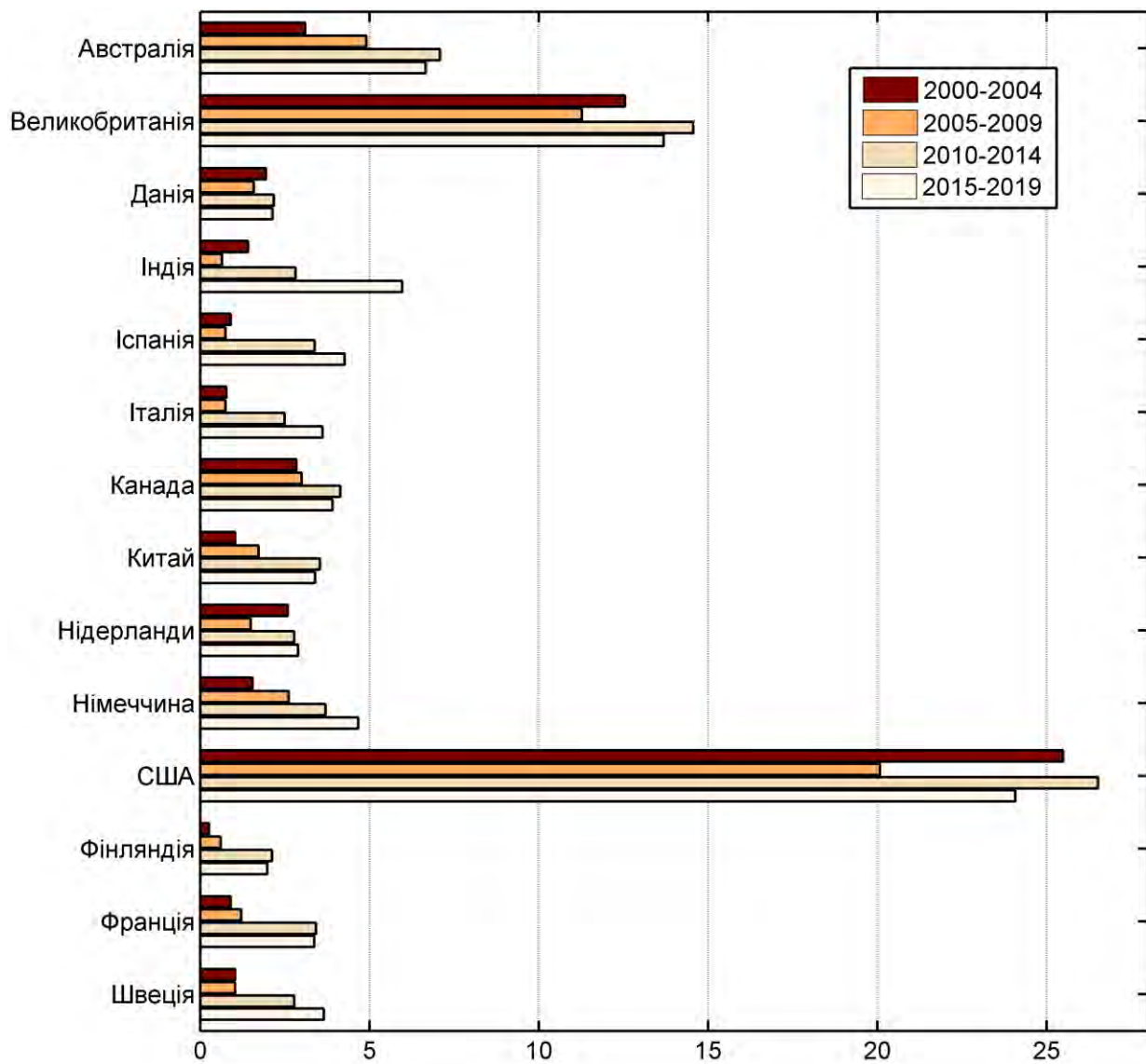


Рис. 1. Динаміка внеску країн у публікації із брендингу

Найбільш продуктивні університети встановлено за даними Scopus. Інформація про першу дюжину з них наведена в табл. 2. Серед цих університетів 4 із Австралії та 3 із Великобританії. На національному рівні найбільш монополізованими є брендингові дослідження в Гонконзі та в Данії. Hong Kong Polytechnic University продукує майже половину брендингових публікацій Гонконгу, а Copenhagen Business School – понад третину брендингових публікацій Данії. Найбільш диверсифіковані брендингові дослідження в США – на самий продуктивний університет – University of Southern California припадає лише 1.7% від усіх американських публікацій в цій області.

Таблиця 2 – Найбільш продуктивні установи з брендингових досліджень (за даними Scopus)

Установа	Країна	Кількість публікацій	Частка в національному продукті
Griffith University	Австралія	67	13.6%
Copenhagen Business School	Данія	63	38.4%
Brunel University London	Великобританія	57	5,3%
Erasmus University Rotterdam	Нідерланди	50	24.9%
Lund University	Швеція	42	20.9%
University of Queensland	Австралія	41	8.3%
Manchester Metropolitan University	Великобританія	39	3.6%
Hong Kong Polytechnic University	Гонконг	38	44.7%
University of Leicester	Великобританія	36	3.3%
Monash University	Австралія	35	7.1%
University of Melbourne	Австралія	35	7.1%
University of Southern California	США	34	1.7%

Найбільш продуктивні дослідники

Список науковців, які надрукували найбільшу кількість брендингових публікацій наведено в табл. 3. В цю таблицю увійшли 10 дослідників – авторів найбільшої кількості брендингових публікацій за базами Scopus та Dimensions. В табл. 3 вказано поточний університет дослідника. Тому, не усі його публікації належать вказаному університету. Наприклад, Mihalis Kavaratzis з University of Leicester є автором 31 брендингової публікації, що індексуються в базі Scopus. З табл. 2 видно, що за досліджуваний період науковцями з University of Leicester опубліковано 36 робіт. На перший погляд видається, що левову частку цих робіт ($31/36=0.86$) написав Mihalis Kavaratzis. Детальна перевірка показала, що він під час роботи в University of Leicester опублікував 18 із 31 своєї брендингової роботи. Тобто, Mihalis Kavaratzis є співавтором половини брендингових публікацій University of Leicester, а не 86%. Інший «монополіст» в своєму університеті – Bill Merrilees. Він є співавтором 43% брендингових публікацій Griffith University.

Таблиця 3 – Найбільш продуктивні дослідники брендингу

Науковець	Фото	Поточна установа	Країна	Кількість публікацій	
				Scopus	Dimensions
T C Melewar		Middlesex University	Великобританія	36	48
Bill Merrilees		Griffith University	Австралія	32	32
Mihalis Kavaratzis		University of Leicester	Великобританія	31	27
John Balmer		Brunel University London	Великобританія	23	33
Bang Nguyen		East China University of Science and Technology	Китай	16	29
Ceridwyn King		Temple University	США	18	22
Kevin Lane Keller		Dartmouth College	США	18	19
Franz Rudolf Esch		EBS University of Business and Law	Німеччина	1	33
Leslie De Chernatony		Aston University	Великобританія	9	28
Sebastian Zenker		Copenhagen Business School	Данія	18	11

Найбільш продуктивні видання

За кожною базою ми відібрали по 5 видань з найбільшою кількістю брендингових статей (табл. 4). Два видання є в топовій п'ятірці в обох базах. Серед восьми видань 6 наукових журналів, 1 збірник конференцій та 1 журнал (Drapers) з індустрії моди. Чому журнал Drapers потрапив до бази Scopus – не зрозуміло. 4 із 6 наукових журналів є достатньо цитованими, їх SNIP перевищує 1.

Таблиця 4 – Найбільш продуктивні видання із брендингу

Видання	Видавництво	Кількість публікацій		SNIP, 2017 р.
		Scopus	Dimensions	
Journal of Brand Management	Palgrave Macmillan & Springer Nature	202	388	1.054
Place Branding and Public Diplomacy	Palgrave Macmillan & Springer Nature	157	249	0.735
Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science	Springer	–	197	–
Journal of Product & Brand Management	Emerald Publishing	163	189	1.078
Journal of Business Research	Elsevier	97	137	1.636
European Journal of Marketing	Emerald Publishing	107	115	1.066
Corporate Reputation Review	Springer Nature	172	46	0.626
Drapers	Emap Media	152	–	0

Найбільш цитовані публікації

За даними Dimensions 12693 брендингові публікації процитовано 124857 разів, тобто в середньому 1 статтю цитують біля 10 разів. Scopus таку статистику не наводить. Найбільш цитовані публікації (шедеври) в кожній п'ятірці наведено в табл. 5. Жирним шрифтом виділено саму цитовану публікацію за відповідною базою Scopus або Dimensions. Серед них 7 статей і 1 книжка. 2 шедеври опубліковано в одному журналі – Journal of Marketing. Ні один із самих продуктивних журналів (див. табл. 4) не надрукував жодного шедевра.

Таблиця 5 – Найбільш цитовані публікації

Період	Назва публікації	Видання	Рік	Scopus	Dimensions
2000 – 2004	Brand community	Journal of consumer research	2001	2175	2115
	Why Do Brands Cause Trouble? A Dialectical Theory of Consumer Culture and Branding	Journal of Consumer Research	2002	836	799
2005 – 2009	Twitter power: Tweets as electronic word of mouth	Journal of the Association for Information Science and Technology	2009	1064	833
	How brand community practices create value	Journal of Marketing	2009	892	924
2010 – 2014	I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience	New Media & Society	2011	1135	1021
	Brand attachment and brand attitude strength: Conceptual and empirical differentiation of two critical brand equity drivers	Journal of Marketing	2010	544	551
2015 – 2019	Place Branding: Glocal, Virtual and Physical Identities, Constructed, Imagined and Experienced	Книга видавництва Palgrave Macmillan,	2016	123	-
	Brand authenticity: An integrative framework and measurement scale	Journal of Consumer Psychology	2015	55	76

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Штовба О.В. Товарний брендинг в маркетинзі та комунікативному менеджменті / О.В. Штовба. Навч. посіб. Вінниця: ВНТУ. – 2014. – 90 с.

2. Borodych L. Recreational and touristic activity, forming Poltava region in the territory branding context / L. Borodych, O. Savchenko, P. Vasyliiev, P. // International Journal of Engineering and Technology. – 2018. – Vol. 7, Issue 3. – P. 580-583.

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 — Associate Professor, PhD, Associate Professor on Department of Management, Marketing, and Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: olena.shtovba@yahoo.com

ЕКОНОМІЧНА ПОВЕДІНКА ПІДПРИЄМСТВА І ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ: У ПОШУКАХ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено взаємозв'язок категорій «економічна ефективність» і «економічна поведінка». Встановлено залежність економічної поведінки суб'єктів господарювання від типу економічних систем, у яких вони функціонують. Представлено авторське тлумачення категорії «ефективність функціонування підприємства».

Ключові слова: ефективність, економічна поведінка підприємства, економічна система, ефективний тип економічної поведінки підприємства.

Abstract

The article deals with the relation between economic performance and economic behaviour. It is determined that the firm economic behavior mainly depends on the economic system's type where it operates. Having investigated the approaches to enterprise performance treatment of foreign economists, the categorical concept of enterprise performance is defined more exactly proceeding from enterprise's functions, goals and tasks, behaviour.

Key words: effectiveness, economic behaviour of a company, economic system, an effective type of economic business behaviour.

Вступ

Актуальність теми дослідження визначається необхідністю корегування поведінки підприємств в напрямку підвищення їх ефективності і конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках під впливом конкуренції.

Результати дослідження

Як свідчить аналіз літератури [1; 4-12], зміст підходів до визначення категорії «ефективність функціонування підприємства» не зводиться тільки до тих економічних параметрів, які відображають економічність виробництва через співвідношення обсягу випуску і відповідних витрат або результативність, а включає також різноманітні характеристики взаємин із зовнішнім середовищем, наприклад, виконання зобов'язань, адаптивність, взаємодія з конкурентами, наявність зовнішніх негативних і позитивних впливів тощо. Таким чином, уточнення змісту категорії «ефективність функціонування підприємства» досі триває. І насамперед, це пов'язано з тим, що зазначена категорія і у своїй ґносеології, і у прикладному тлумаченні носить історичні аспекти і завжди відображає конкретний у часі тип економічної системи, в якій функціонує підприємство. Так, один і той же тип економічної поведінки суб'єктів господарювання може вважатися ефективним або неефективним в різних системах (табл. 1).

Таблиця 1 — Поведінка підприємства залежно від типу і стану економічної системи

Економічна система	Ефективний тип економічної поведінки підприємства	Чинники, що визначають поведінку підприємства в певній економічній системі
Ринкова рівноважна економіка	Максимізація прибутку	Реакція на впливи мікро-, мезо-, макросередовища підприємства
Ринкова нерівноважна економіка	Дотримання принципу обмеженої раціональності	Реакція в умовах невизначеності на впливи мікро-, мезо-, макросередовища підприємства
Соціалістична економіка	Виконання підприємством планів за максимальної економії виділених для цього засобів	Пошук шляхів і способів виконання плану, підвищення продуктивності праці, зниження собівартості продукції за умови дотримання екзогенно заданих обмежень
Трансформаційна економіка	Адаптація до інституціональних і організаційних трансформацій, протидія негативному впливу зовнішнього середовища	Інтереси окремих фізичних осіб — власників і/або керівників підприємств

Джерело: [2; 3, с.39; 5; 10; 11, с. 20; 12, с. 34], власні дослідження.

Дослідження особливостей функціонування підприємств в умовах перехідної економіки [3; 5; 10-12] засвідчили, що їх діяльність переважно визначалась поведінкою керівників, які приймали рішення стосовно основних аспектів функціонування підприємств. Це сприяло розширенню сфери безконтрольних владних повноважень і виокремленню особистих інтересів вказаних осіб. Рішення щодо ключових питань функціонування підприємства ухвалювались переважно на користь конкретних економічних агентів. Виникла так звана «економіка фізичних осіб», в рамках якої, окрім макро-, мезо- і макрорівня, сформувався нанорівень — рівень фізичних осіб як самостійних економічних суб'єктів. Іншими словами, якщо в розвиненій ринковій економіці поведінка підприємств визначається, головним чином, реакцією на макро- і мікроекономічні фактори, то в перехідних економіках держав пост-радянського простору домінуючими стали саме інтереси фізичних осіб (зазвичай керівників або/і власників підприємств).

В контексті запропонованої дискусії слід зазначити, що на сучасному етапі розвитку ринкової економіки в постіндустріальних країнах змінюється глобальна цільова функція виробництва, яка характеризує не кількість виготовлених екземплярів, а кількість різних «сутностей», тобто якісно різних економічних благ [11]; вимірниками залучених у виробництво факторів виступають не кількісні, а якісні характеристики ресурсів (тобто наявність певних, якісно унікальних елементів ресурсних благ) [5]. Так, одним з найважливіших ресурсів стає інформація, яка стосується технології чи організації виробництва і постає як результат інтелектуальної праці [10]. В світлі переосмислення ролі підприємства у суспільстві, зокрема усвідомлення його інституціональної ролі як суб'єкта концентрації і відтворення ресурсів, формування майбутніх потреб і тенденцій виникає необхідність розглядати, окрім технологічної й економічної, також інституціональну ефективність підприємства як ступінь реалізації ним своєї інституціональної ролі у суспільстві [13].

Висновки

Таким чином, зміст поняття «ефективність функціонування підприємства» розширився, і, окрім результативності і продуктивності, включає багато інших сторін діяльності організацій, пов'язаних із аналізом ринків, управлінням фінансами і персоналом, вивченням потреб, розподілом ресурсів, готової продукції. Все це дозволяє стверджувати, що ефективність функціонування підприємства — це комплексна категорія, яка характеризує його здатність у короткостроковому періоді досягати поставлених цілей при заданому рівні інтенсивності використання ресурсів і задовольняти очікування зацікавлених груп із врахуванням платоспроможного попиту, який пред'являється ринком відповідно до корисності результату діяльності підприємства, а також адаптуватись і розвиватись, виживати в довгостроковому періоді.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Высочина М. В. Разработка элементов модели оценки эффективности функционирования предприятия / М. В. Высочина // Культура народов Причерноморья. — 2005. — № 3. — С. 24 — 28.
2. Методологические проблемы эффективности и интенсификации в условиях социализма: монография / [под ред. д.э.н. В. И. Рыбина, д.э.н. И. В. Можайской]. — М.: Наука, 1987. — 336 с.
3. Клейнер Г. Эффективность мезоэкономических систем переходного периода / Г. Клейнер // Проблемы теории и практики управления. — 2002. — № 6. — С. 35 — 40.
4. Николаев М. В. Оценка эффективности изменений развивающихся хозяйственных систем [Электронный ресурс] / М. В. Николаев // Управление экономическими системами. — 2005. — № 4. — Режим доступа до журн. : <http://uecs.mcnip.ru/modules.php?name=News&file=article&sid=19>.
5. Клейнер Г. Б. Российские предприятия на пути в XXI век / Глава 11 книги «Путь в XXI век (Стратегические проблемы и перспективы российской экономики)» [Электронный ресурс] : под ред. Д. С. Львова. — М.: Экономика, 1999. — Режим доступа: <http://rusref.nm.ru/indexpubvol11.htm>.
6. Гурышев А. Оценка эффективности деятельности предприятия через использование финансовых и нефинансовых показателей / А. П. Гурышев // Менеджмент в России и за рубежом. — 2007. — № 5. — С. 99 — 105.
7. Нили Э. Призма эффективности: Карта сбалансированных показателей для измерения успеха в бизнесе и управление им / Э. Нили, К. Адамс, М. Кеннерли ; пер. с англ. — Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2003. — 400 с.
8. Баринов В. А. Развитие организации в конкурентной среде / В. А. Баринов, А. В. Синельников // Менеджмент в России и за рубежом. — 2000. — № 6. — С. 25 — 32.
9. Король С. Внешняя среда организации как фактор роста ее эффективности / С. Король, Р. М. Хусейн // Проблемы теории и практики управления. — 2007. — № 5. — С. 43 — 50.
10. Клейнер Г. Б. От теории предприятия к теории стратегического управления / Г. Б. Клейнер // Российский журнал менеджмента. — 2003. — № 1. — С. 31 — 56.
11. Клейнер Г. Предприятие как фактор институциональной стабильности / Г. Клейнер // Проблемы теории и практики управления. — 2001. — № 3. — С. 18 — 23.
12. Айкс Б. От предприятия к фирме: заметки по теории предприятия переходного периода / Б. Айкс, Р. Риттерман // Вопросы экономики. — 1994. — № 8. — С. 31 — 39.
13. Благодир Л.М. Ефективність функціонування підприємства: зміст і принципи оцінювання на сучасному етапі / Л.М. Благодир // Регіональна бізнес-економіка та управління. — 2011. — № 3. — С. 73-80.

Благодир Лілія Миколаївна — канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Lilija M. Blagodyr — Cand. Sc. (Ec.), Assistant Professor of the Department of Management, Marketing and Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Сучасний стан організаційно-управлінського механізму протидії неспостережуваним економічним процесам

Вінницький національний технічний університет

Анотація. Окреслено основні детермінанти формування організаційно-управлінського механізму протидії неспостережуваним економічним процесам. Обґрунтовано систему стимулювання протидії неспостережуваним економічним процесам у вітчизняній економіці.

Ключові слова: економіка, регулювання, неспостережувана економіка, корупція, децентралізація.

Abstract. The main determinants of the organizational and managerial mechanism of counteraction to unobserved economic processes are outlined. The system of stimulation of counteraction to unobserved economic processes in the national economy is substantiated.

Key words: economy, regulation, unsustainable economy, corruption, decentralization.

Переконані, що базисом системи протидії неспостережуваним економічним процесам повинні бути не всеохоплюючі норми (інститути), а універсальні принципи-орієнтири. Безумовно, що в силу різних причин повністю ліквідувати корупцію та неспостережувану економіку неможливо. У цьому зв'язку важко не погодитися з Д. Зубрицьким, який, досліджуючи проблеми губернських комітетів в контексті кріпацтва, ще у 1858 р. писав: "...хабарі завжди і скрізь були, є і будуть. Спаситель обрав тільки 12 апостолів – і один з них був хабарником".

Таким чином, не претендуючи на вичерпне вирішення проблеми протидії неспостережуваній економіці, ми повинні зосередити увагу на тих детермінантах соціально-економічного розвитку, які здатні забезпечити найбільш швидку та значну віддачу. Вважаємо, що такими основними принципами мають стати:

- 1) міцна система правоохоронних органів, як у моральному, так і в соціально-економічному плані;
- 2) науково обґрунтована система моніторингу соціально-економічного стану;
- 3) непідкупне та справедливе правосуддя.

На нашу думку, що якщо в українському соціумі ці детермінанти будуть посилюватися, тоді, як наслідок, рівень неспостережуваної економіки буде зменшуватися. Якщо ж буде мати місце послаблення цих факторів, тоді неспостережувані економічні процеси будуть загострюватися.

Очевидно, що реалізація цих пріоритетів потребує чіткого наукового обґрунтування сутності протидії неспостережуваним процесам, а це, в свою чергу, вимагає емпіричного аналізу реальних економічних відносин. Адже не секрет, що спрощене відношення до неспостережуваної економіки, як до винятково негативного явища, обумовлює витратний підхід влади під час впровадження заходів протидії.

Практика довела, що неспостережувана економіка корениться як у способах організації дисфункційних схем, так і у надбудовних явищах – інститутах, світогляді та ідеології. По суті це взаємопов'язані явища. На нашу думку, ідеї проведення неспостережуваних операцій, на жаль, стали фактором суспільної масової свідомості. Хоча цьому безумовно сприяє і відсутність жорсткого покарання за економічні правопорушення.

Проблему неспостережуваних процесів дуже обережно аналізують у соціумі. Складається враження, що неспостережувану економіку немов не хочуть бачити представники влади, а між тим втрати для соціуму від неї є суттєвими. Так, наприклад, надзвичайно поширеним явищем в Україні є заниження митної вартості імпоротної продукції.

Безсоромне розкрадання загальнодержавних ресурсів, необґрунтоване використання пільг та привілеїв, афери з податками – все це дуже поширене явище у вітчизняній економіці. А це значить, що, з метою недопущення дисфункційних моделей економічної поведінки, пильної уваги потребують соціально-економічні взаємовідносини між агентами ринку.

На нашу думку, особливо зростає необхідність удосконалення організаційно-управлінського механізму та контролю за операціями з відшкодування ПДВ суб'єктам господарювання. Цілком

зрозуміло, що заходи контролю не повинні залежати від розміру суми заявки на відшкодування. На сьогоднішній поширений явищем є ситуація, коли одним суб'єктом господарювання (або пов'язаними агентами) створюється система підприємств з метою проведення політики мінімізації оподаткування та отримання фінансових ресурсів з державного бюджету.

Парадокс, але нині найбільшої шкоди у системі боротьби з неспостережуваною економікою завдають саме органи влади. Це проявляється у безсистемності проведення політики державного регулювання економікою. Перманентні "припливи" та "відпливи" в діях органів влади перешкоджають розвитку економіки.

Не можна не бачити потенційної небезпеки, яка прихована у безсистемних процесах розвитку самоврядування. Суть небезпеки може полягати у можливості протиставлення ідеї самоврядування інтересам держави. Адже децентралізація влади створює перешкоди для концентрації ресурсів (фінансових, матеріальних, трудових та ін.) у вирішенні специфічних задач. Наприклад, таких як швидкий розвиток народного господарства. Більш того, децентралізація влади без продуманої системи контролю здатна грати "на руку" корупціонерам, а також сприяти процесам захоплення регулятора, сепаратизму та ін. Переконані, що обов'язковою умовою децентралізації влади має бути перевірка (т. з. "тестування"), виходячи із критеріїв та принципів економічної безпеки.

Безумовно, що розвиток самоврядування створює переваги над централізованими механізмами управління в контексті адекватного використання локальної (місцевої) інформації, а відтак ймовірно зменшує витрати ресурсів на прийняття рішень, але це лише теорія. Практика ж свідчить, що самоврядування – це складна система, яка не гарантує ані ефективних управлінських рішень, ані стійкого соціально-економічного розвитку територій. Рух у напрямку розвитку децентралізації передбачає підвищення якості управління на місцях. Якщо ж якість та контроль в системі управління не збільшилися, то самоврядування, на нашу думку, неминуче спричинить загострення соціально-економічного становища. Не потрібно тішити себе ілюзіями, що лише демонтаж державної бюрократичної піраміди здатний забезпечити економічний прогрес в країні. Успіх забезпечення стійкого соціально-економічного розвитку, на нашу думку, більшою мірою залежить не від розробки системи децентралізації влади, а від адекватного та швидкого реагування на ті виклики, які створюють складно передбачувані опортуністичні дії агентів ринку.

Ще однією з найбільших проблем української економіки є те, що у ній визначальна роль відведена саме заполітизованим, владно-господарським відносинам. Таким чином, успіх бізнесу формується під впливом політичних інститутів і залежить, як правило, не від вмінь, навичок, побудови системи ефективного управління на підприємствах, а від домінування в конкретний період часу політичних орієнтацій та уподобань. Таким чином, враховуючи сучасну обстановку та нові задачі, що обумовлені функціонуванням неспостережуваної економіки, необхідно терміново здійснити комплекс заходів, направлених на посилення відповідальності агентів ринку. При цьому важливим є моделювання і прогнозування багатоваріантного сценарію розвитку неспостережуваних процесів в країні, галузях народного господарства, на організаційному рівні та на рівні ідентифікації реципієнтних груп агентів соціуму.

д.е.н., професор О. В. Мороз (ovmoroz@ukr.net)
к.е.н., доцент В. М. Семцов (semtsov_vm@ukr.net)

ВЕРТИКАЛЬНИЙ КОНФЛІКТ ЯК ОДНА ІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ДИСФУНКЦІОНАЛЬНОГО ТИПУ НЕДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація.

В статті розглянуто конфлікт як одну із стадій конкурентного процесу формування ринку. На прикладі молочної промисловості представлено вертикальний конфлікт, який є однією із причин дисфункціонального типу недосконалої конкуренції та призводить до дисфункціонального стану молочного ринку.

Ключові слова: конкуренція, конфлікт, дисфункціональний тип недосконалої конкуренції.

Abstract.

The article discusses the conflict as one of the stages of the competitive process of market formation. On the example of the dairy industry, a vertical conflict is presented, which is one of the causes of the dysfunctional type of imperfect competition and leads to a dysfunctional state of the dairy market.

Key words: competition, conflict, dysfunctional type of imperfect competition.

Досліджуючи проблематику конкуренції новим етапом є дослідження конкуренції як ринкової взаємодії, яка виражена в декількох стадіях свого розвитку. Це антагоністична боротьба, співпраця та нейтралітет [1]. Дослідниками досі не визначено кількісного результату, яким є оцінена конкуренція і тим паче не оцінено є вплив здійснює кожна із цих стадій на формування ринку. В дослідженнях не приділено достатньої уваги комплексу понять «конфлікт-конкуренція», хоча конфлікт є основою конкурентної взаємодії, якщо відштовхуватися від вітчизняних трактувань конкуренції як змагання, антагоністичної боротьби. Ми ж наполягаємо на іншому власному трактуванні конкуренція – це процес взаємодії суб'єктів ринку під час якої відбувається формування ринку. В залежності від цієї взаємодії ринок може перебувати в дисфункціональному або функціональному стані, відповідно і недосконала конкуренція дисфункціональна та функціональна. Адже будь який конфлікт має бути вирішений і перейти стадію компромісу, а якщо ні, то відбувається процес руйнування. Отже підприємства не можуть бути постійно в стадії конфлікту.

Розглядаючи теорію конфліктології можемо відмітити праці Мороз О.В., Сметанюк О. А. Лазарчук О. В. Досліджуючи детально типологію економічних конфліктів можемо відмітити, що характерною рисою дослідження поняття конфлікту в організації, це є суттєвою ланкою при дослідженні конкуренції, адже це фактором впливу на поведінку підприємства на ринку.

«У літературі з психології, соціальної психології і соціології, - починають своє обговорення поняття змагання Р.Акофф і Ф. Емері, - можна знайти чимало якісних міркувань про відмінності між конфліктом і змаганням. Саме звернення до ігрової проблематики в контексті конфліктології видається дуже важливим і симптоматичним. Ігрова форма людської активності здавна вважається проявом творчого початку і спонтанної поведінки, будучи в той же час однією з найбільш впорядкованих її форм. Тому, використовуючи ігрову форму в функції моделі, можна спробувати побачити в ній і через неї загальне підставу різних форм соціально значущої взаємодії (агон), а зовсім не відокремлену, ізолювану і приватну його форму. Гра, згідно Й.Хейзінга, це - порядок, причому такий порядок, який

старше культури і в якому зачиняються сама людська культура як така. А для Е. Берна вона навіть не тільки прабатьківщина культури, а й внутрішній порядок самого громадського життя, яка з «ігор» і складається [2].

Автором в роботі [3] представлено підходи до трактування поняття конкуренції. Крім трьох загально відомих: структурний, функціональний та поведінковий, наводиться їх широкий перелік, адже конкуренція це не лише економічне, а й соціальне, психологічне явище, тому вважаємо, що не потрібно обмежувати суть конкуренції лише трьома підходами. Серед них є ігровий підхід вище згаданого ігровий Й. Хейзінга, біологічний, мережевий та ін. Використання цих підходів є актуальним, оскільки дозволяє краще осмислення процесу конкуренції та його моделювання на ринку. Західними вченими також здійснюється моделювання процесу конкуренції як спортивної гри [4]. Нажаль вітчизняні вчені вбачають вузьке трактування конкуренції та її моделювання лише за допомогою короткострокової рівноваги апаратами мікроекономічного аналізу. Якщо «гру» розглядати в функції прототипу конкурентних (змагальних) відносин взагалі, а ігровий простір як прототип конкурентного простору, то подібний прийом може призвести до певної теоретичної моделі конфлікту. Поняття конфлікту і конкуренції тісно взаємопов'язані і іноді ототожнюються.

Однак конфлікт відрізняє від конкуренції усвідомленість суперечностей і спрямованість дій його учасників один проти одного. Конкуренція може мати місце і без знайомства конкурентів один з одним і усвідомлення несумісності їхніх цілей. Крім того, при конкуренції можливі паралельні дії сторін, їх неусвідомлене суперництво, опосередковане іншими. Отже, не всяка конкуренція є конфлікт. Однак якщо дії конкурентів усвідомлені і безпосередньо спрямовані один проти одного, то їх взаємодія є конфліктом [5].

Отже, підсумовуючи загально прийняті погляди конкуренція і конфлікт - це дві форми взаємодії, але конкуренція - боротьба між індивідами або групами індивідів, які не перебувають обов'язково в контакті або в комунікації; а конфлікт - змагання, в якому контакт є необхідною умовою. Взаємозв'язок між конкуренцією і конфліктами полягає в тому, що лежить в основі конкуренції протиріччя економічних інтересів, як прагнення до досягнення поставленої мети, підштовхує суб'єктів ринку до застосування недобросовісних методів ведення конкурентної боротьби, що приводить до економічного конфліктів. В економічній сфері дозвіл антагоністичних протиріч призводить до дисфункціональним конфліктам, які представляють собою негативні конфлікти, а дозвіл неантагоністичних протиріч - до функціональних конфліктів, що носять позитивний характер.

Розмежування конкуренції і конфлікту зазвичай проводиться з трьох різних точок зору [6, 7]:

- до першої, змагання (конкуренція) є той же конфлікт, але легітимний, регульований певними правилами, а тому обмежений. Дії учасників тут в рівній мірі можуть або не можуть бути спрямовані один проти одного з наміром перешкодити досягненню мети противником;
- до другої точки зору, відмінність конкуренції від конфліктів полягає не в правилах як таких, а в тих функціях, які цими правилами регламентуються. У разі конкуренції елементи конфлікту хоч і присутні, але обмежуються правилами, які служать або спільним інтересам учасників, або інтересам якоїсь третьої сторони;
- до третьої позиції, конкуренція і конфлікт можуть бути розмежовані за допомогою поняття «влада», що визначається як можливість суб'єкта (індивіда, групи, організації, нації) впливати на образ дій іншого суб'єкта, модифікуючи або контролюючи його поведінку, установки або почуття. Змагання характеризується як «паралельні» пошуки суб'єктами однієї і тієї ж мети, воно мотивоване бажанням виграти, а не заподіяти шкоди противнику. Однак в тому випадку, коли контроль над поведінкою іншого стає усвідомленою метою або єдиним засобом досягнення результату, змагання може перерости в конфлікт.

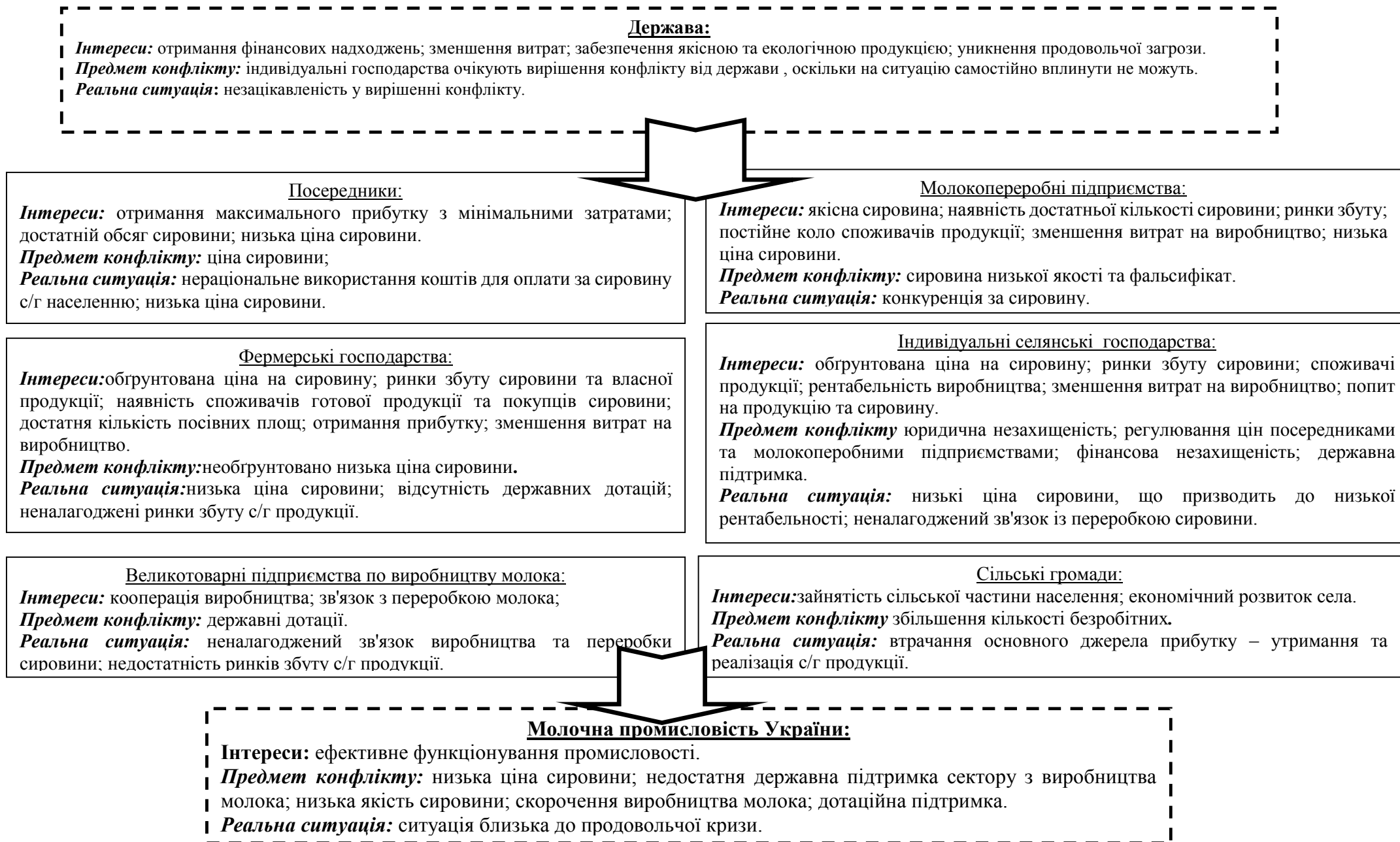


Рис. 1. Схематичне зображення вертикального конфлікту на молочному ринку з дисфункціональним типом недосконалої конкуренції (авторська розробка)

В результаті дослідження автором було виявлено такі основні негативні тенденції: постійне скорочення поголів'я, зменшення обсягів виробництва, недостатня кількість сировини, високий рівень монополізації, низька якість молока, вплив сезонного характеру на формування ціни. Автором було виявлено, що однією із причин зазначених тенденцій є постійний конфлікт між виробниками молока (селяни) та закупівельниками молока (молокопереробні заводи). Спричинений даний конфлікт постійним незадоволенням селян низькими та нестабільними цінами на молоко, суттєвою різницею між цінами на готовий виріб та цінами на. На відміну від країн ЄС, де основним постачальником молока є фермерські господарства, в Україні – це приватний сектор. 80% від загальної маси закупленого молока є молоко, яке зібране від приватного сектору.

Автором було змодельований конфлікт рис. 1 на молочному ринку, який триває протягом 15 років, і переріс за цей час в деструктивний. Вертикальним конфліктом являється конфлікт між різними рівнями одного й того самого каналу просування. Між учасниками одного каналу, а також між різними каналами можуть спостерігатися і різні ступінь співробітництва, і конфлікти, і конкуренція. На перший погляд конкуренція за молочну сировину здається відсутньою, але можемо відмітити, що кожний завод приймає сировину у своїх територіальних районах, причому в одному населеному пункті працюють по кілька закупівельників від різних підприємств, тому можемо відмітити на молочному ринку є жорстка модель конкуренції за постачальників сировини. Хоча як було відмічено раніше, що при конфлікті необхідне знайомство, завод-переробники та індивідуальні сільськогосподарські підприємства пов'язані лише контрактом при умові якщо він був укладений, що являється дослідженням на основі контрактного регулювання.

Висновки: Обґрунтовано, що підприємства молочної промисловості та її агенти перебувають в стадії кризи, яка пов'язана із дисфункціональним типом недосконалої конкуренції та недосконалим державним регулюванням конкуренції, ринків та галузей, державним інституціоналізмом та відсутністю знань та вмінь конкурентної культури у агентів молочного ринку. Кризовий стан молочної промисловості підтверджується рядом виділених факторів зниження показників діяльності галузі (обсяги виробництва готової продукції, обсяги сировини, кількість ВРХ, споживання на одну людину, загальний обсяг споживання), що підтверджується наведеними статистичними даними; конфлікт інтересів між постачальниками та переробниками сировини, так звані «молочні війни», який призводить до скорочення поголів'я ВРХ → скорочення кількості робочих місць на селі → зменшення якісної сировини → погіршення якості готової продукції → розвиток продовольчої кризи країни; відсутність розвитку ринку → відсутність соціальної відповідальності ринку → відсутність НТП → відсутність екологічного підходу у виробництві → відсутність ощадливого виробництва; низька якість готової продукції; необґрунтоване зростання цін на готову продукцію; великий розрив між вартістю готової продукції та сировиною. Самі ці фактори, які виділені автором віднесені до прихованих, неспостережуваних процесів, які і призводять до кризових явищ в галузі та відображені в статистичних показниках, як не ілюструють репрезентативної ситуації в галузі, а лише в деякій мірі її констатують, адже головною задачею потрібно визначити фактори, які призвели саме до кризового явища.

Управління цим конфліктом призведе до покращення стану галузі та переходу підприємств на функціональний тип недосконалої конкуренції. Реалізація успішних проектів можлива за умови об'єднання зусиль з боку держави, соціально відповідального бізнесу та сільських громад, потрібна системна державна підтримка: поширення статусу виробника сільськогосподарської продукції для підприємств, спрощення процесу державної реєстрації й оподаткування, а також можливість створення додаткових пільгових умов для таких господарств. Завдяки такій синергії можна збільшити кількість якісної молочної сировини на ринку України та покращити фінансове становище сільського населення.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. <http://conflictmanagement.ru/konkurentsia-i-konflikt-2>
2. Філатова Л. С. Поведінково - векторна взаємодія суб'єктів ринку [Електронний ресурс] / Л. С. Філатова // Матеріали XLVI науково-технічної конференції підрозділів ВНТУ, Вінниця, 22-24 березня 2017 р. - Електрон. текст. дані. - 2017. - Режим доступу : <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2017/paper/view/3111>.
3. Благодир Л.М. Методологічні особливості дослідження ринку в умовах недосконалої конкуренції / Л.М. Благодир, Л.С. Філатова // Стан та умови розвитку економіки в Україні: теорія, методологія, практика: монографія / Під ред. д.е.н., професора Непочатенко. — Умань: Видавець «Сочінський М.М.», 2018. — 264 с.
4. Радаев В.В, Экономическая социология: учебник для вузов / В. В. Радаев; Гос. ун-т - Высшая школа экономики. - М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005. - 603 с.
5. Донцов, А. ПРОБЛЕМА КОНФЛИКТА В ЗАПАДНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ [Електронний ресурс] / А. Донцов,, Т. Полозова. // Хрестоматия по конфликтологии – Режим доступу до ресурсу: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Konflikt/08.php.
6. <https://works.doklad.ru/view/4ipb-9qJkmA/all.html>
7. Воронкова О.В. Качество научной конкуренции и конфликта в развитии среды научного знания / О. В. Воронкова // Перспективы науки. 6 (33) . - 2012 . С. 145-147

Філатова Любов Сергіївна — асистент кафедри Менеджменту, маркетингу та економіки, Факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет.
e-mail: filatovalyba@gmail.com

Filatova Lyubov Serg. – Assistant with the department of management, marketing and Economics, Faculty of Management and Information Security, Vinnitsa National Technical University. e-mail: filatovalyba@gmail.com

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ РОБОТИ З «КАДРОВИМ ЯДРОМ» ЧЕРЕЗ ПАРАДИГМУ «ТАЛАНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ»

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті розкрита сутність «талант-менеджменту», як системи управління «кадровим ядром», наведено та розтлумачено основний інструментарій даної парадигми в сфері управління персоналом..

Ключові слова: талант, HR-менеджмент, персонал, потенціал працівника, цінності.

Abstract

The essence of "talent management" as a management system of the "human resources core" is revealed in the paper, the main toolkit of this paradigm in the field of personnel management is described and explained.

Key words: talent, HR-management, personnel, employee's potential, values.

Вступ

Управління людськими ресурсами (з англ. Human Resources Management) сьогодні є ключовим питанням будь-якого бізнесу та головною ланкою діяльності будь-якої організації. Відповідальність і важливість HR-менеджера з кожним днем зростає, адже від його діяльності повною мірою залежить функціонування організації. HR-менеджмент складається з багатьох процесів та різноманітних підходів до їх виконання. Топ-менеджери провідних світових компаній все частіше застосовують парадигму «талант-менеджменту».

Результати дослідження

Термін «талант-менеджмент» був введений в кінці 1990-х років компанією «McKinsey&Company» в рамках дослідницького проекту, що в результаті призвело до публікації книги «Війна за таланти», в якій зазначалось, що талант-менеджмент або «управління талантами – це діяльність компанії, що дає змогу використовувати вкладення в талановитий персонал у галузі середнього та вищого менеджменту» [1]. Автори книги стверджували, що успіх компанії на ринку залежить від продуктивності її топ-менеджерів, у діяльності яких і визначався талант-менеджмент.

Відтоді це поняття значно розширилось. Включаючи в себе правильний підбір персоналу, його розвиток і утримання, талант-менеджмент став ключовим фактором успішності й ефективності функціонування організації. Загалом талант-менеджмент являє собою інтегрований підхід, процес якого можна розділити на 4 стадії (див. рисунок 1):

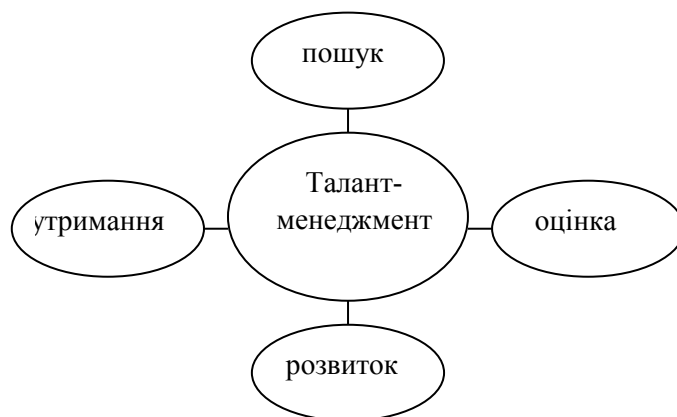


Рис. 1. Стадії талант-менеджменту

До першої стадії відносимо пошук і відбір персоналу, який розділятиме цінності компанії і працюватиме для її прибутку. Щоб розкрити сутність талант-менеджменту необхідно визначити, кого і яким чином можна віднести до «талантів» у менеджменті. Творчих, креативних, інноваційних людей, як об'єктів управління можна умовно поділити на 2 групи (табл. 1) [2].

Таблиця 1 – Розподіл людських ресурсів у талант-менеджменті

Групи талантів	Характеристика
I. HiPo (high potential)	Люди без великого досвіду, але з високим потенціалом і геніальним способом мислення. Їм необхідно постійно надавати можливості для самореалізації, але вести безперервний і жорсткий контроль за їх діяльністю, надавати конструктивну оцінку, передбачати можливі вигоди та втрати від реалізації оригінального рішення об'єкта управління.
II. Homo vulgaris	«Людина звичайна», котра постійно та поступово збільшує об'єм своїх знань, досвіду, нарощує продуктивність праці. В результаті досить тривалого процесу «збагачення» професійної особистості, а не миттєвої віддачі, можна досягнути на довгостроковому етапі значний загальний приріст продуктивності.

Відомо, що HiPo-працівники складають 2-5% від усієї кількості персоналу [3]. Їх продуктивність, за дослідженням The Bailey Group Research, на 21% більша, ніж у інших [3]. На практиці неможливо створити робочий колектив виключно з HiPo-працівників, проте наявність таких людей у колективі є конкурентною перевагою компанії. Більше того, дохід компанії, головою якої є людина з високим потенціалом, зростає вдвічі швидше.

Щоб мати уявлення про потенціал працівника, його оцінюють. Процес оцінювання відбувається під час найму працівника. Рекрутер, виконуючи своє завдання – знайти кандидата, який відповідає вимогам компанії, – здійснює його оцінку, причому головним критерієм оцінки можуть бути попередні успіхи кандидата. Працівника оцінюють і під час виконання його робочих обов'язків. Існує безліч методів оцінювання персоналу, причому сам керівник або топ-менеджер вирішує, який метод застосовувати. Нижче наведено найпоширеніші методи й техніки [4]:

1. експертна оцінка (з англ. – peer review) – метод прийняття анонімних відгуків від колег, товаришів по команді;
2. самооцінювання (з англ. – self-evaluation) – метод, за яким працівники беруть активну участь у процесі їх оцінки;
3. кількісна оцінка (з англ. – quantitative evaluation) – метод, який базується на статистиці й використовує стандарти продуктивності праці;
4. оцінка на 360 градусів (з англ. – 360-degree feedback) – метод, за яким працівник оцінюється «з усіх сторін»: керівником, підлеглими, колегами, споживачами, клієнтами тощо;
5. шкала компетентності (з англ. – competency on a scale) – метод оцінки результату діяльності працівника за шкалою: від незадовільного до прогресивного.

Успіх на стадії оцінювання в першу чергу залежить від того, що саме та чи інша організація вкладає в поняття «талант-менеджмент» та «талант», які є базовими для побудови єдиної стратегії з управління талантами. Попри те, що талановитий співробітник вважається знахідкою для будь-якої компанії, насправді працювати з талантами, сприяти їхньому становленню та професійному зростанню, спрямовувати їхню діяльність на користь компанії під силу далеко не кожному. Але ХХІ століття повністю змінило уявлення про таланти, і сьогодні найбільш успішні компанії так як «Google», «General Electric» змінили стратегію і замість того, щоб боротися з ними, вони їх «виращують» [2]. Як показав їх досвід вигідніше розвинути власні таланти, ніж залучати зі сторони. Стів Оленскі [5] виділяє 8 ключових тактик на стадії розвитку працівників:

1. розробка індивідуальної програми розвитку: обговорити з працівником його інтереси й кар'єрні цілі й визначити план діяльності та можливі часові рамки для досягнення кожної цілі;
2. встановлення показників ефективності: визначити конкретні кількісні показники, які свідчатимуть про успішність діяльності працівника, згодом підвищувати значення цих показників;
3. надання обов'язків поза межами робочого відділу: ознайомити працівника зі всіма аспектами діяльності компанії, надавши йому можливість працювати в інших відділах з новими людьми, розширити список навичок;
4. надання конструктивної оцінки: не критикувати працівника до його повного розчарування, а реально оцінити його роботу і дати рекомендації щодо вдосконалення;

2. усунення бар'єрів: забезпечити відкрите робоче середовище для активної співпраці усього персоналу;
3. налагодження професійних знайомств: підключити працівника до нетворкінгу, познайомити з іншими фахівцями, які можуть надати багато нової інформації долучити до професійних галузевих асоціацій тощо;
4. інвестування: вкладати у розвиток працівника певні ресурси, якими можуть бути знання, грошові кошти, приділений час та інші, для максимальної віддачі від нього;
5. заохочення до розвитку: показати, що розвиток є частиною культури компанії, поставити в приклад керівництво, яке продовжує розвиватись особисто та професійно.

Стів Оленські в журналі “Forbes” також писав, що знайти справжній талант важко, а ще важче – це втримати його зайнятим у Вашій компанії, щоб він не пішов [5]. На сучасному етапі кожна компанія перебуває у конкурентній боротьбі не тільки за своїх клієнтів та споживачів, але за працівників. Саме тому компанії намагаються забезпечити привабливість і перспективність для талановитих працівників, використовуючи різноманітні мотиваційні заходи, такі як: розвиток особистості, підвищення кваліфікації, навчання новим технологіям, створення особистого гнучкого графіку роботи, встановлення меж робочого дня відповідно не до відпрацьованого часу, а до виробітку, дружня атмосфера, корпоративний дух та інші. Наведемо кілька прикладів світових компаній, які заохочують своїх працівників бонусами. Компанія Airbnb, яку було визнано найкращим роботодавцем 2016 року, надає своїм працівникам щорічну стипендію в розмірі \$2000, щоб подорожувати та орендувати житло в Airbnb у будь-якій точці світу. Google виплачує 50% заробітної плати сім'ям померлих співробітників протягом наступних 10 років. Крім триразового харчування, у Twitter можна зробити акупунктуру та відвідати акторські курси [6].

Варто зазначити, що чи не найважливішу роль в утриманні працівника відіграють не бонуси, а ставлення до нього, ціннісні орієнтири компанії, дружній колектив тощо. У табл. 2 продемонстровано, якими цінностями мають володіти сучасні компанії, щоб працівники бажали залишитись і працювати в компанії.

Таблиця 2 – Порівняння цінностей компаній

<i>Цінності найуспішніших компаній</i>	<i>Цінності середньостатистичних компаній</i>
Командна робота	Скорочення ризиків
Увага до клієнта	Повага до вертикалі керівництва
Справедливість по відношенню до персоналу	Підтримка керівника
Ініціативність та інновації	Складання бюджету

Висновки

Талант-менеджмент визначає ключові особливості ефективного ведення бізнесу. Талант став ключовим фактором, що визначає успішність та ефективність функціонування організації. Талант-менеджмент включає в себе 4 стадії: пошук, оцінка, розвиток, утримання. На першій стадії здійснюється пошук працівників з високим потенціалом. На другій – оцінювання їх потенціалу та відповідності до вимог компанії під час найму, а також оцінювання результатів їх діяльності в компанії. На третій стадії створюється та реалізовується план розвитку цих співробітників. На четвертій стадії проводяться заходи щодо утримання талановитих співробітників в компанії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Майклз Э. Война за таланты [Текст]: пер. с англ. / Э. Майклз, Х. Хэндфилд-Джонс, Э. Экселрод. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2005. – 261 с.
2. Талант-менеджмент як невід'ємна складова успіху організації [Електронний ресурс] / О.І. Продиус, А.І. Журавель, М.О. Сігор // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2013. – № 1 (6). – С. 172-177. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n1.html>
3. Работа с HiPo: где их искать, и зачем они нужны [Електронний ресурс] / А. Велесюк // Карьера. HR-менеджмент. – 2015. – Режим доступу: <https://www.e-xecutive.ru/career/hr-management/1980119-rabota-s-hipo-gde-ih-iskat-i-zachem-oni-nuzhny>
4. Danielle Shepherd Top methods and techniques for evaluating employee performance [Електронний ресурс] / Shepherd D. // AssessTEAM – Performance Management – 2016. – Source: – Режим доступу: <https://www.assesssteam.com/top-methods-and-techniques-for-evaluating-employee-performance/>

5. Steve Olenski 8 Key Tactics For Developing Employees [Електронний ресурс] / Olenski S. // Forbes – Leadership – 2015. – Source: <https://www.forbes.com/sites/steveolenski/2015/07/20/8-key-tactics-for-developing-employees/#4136a3666373>
6. 15 цікавих бонусів, які пропонують компанії своїм працівникам [Електронний ресурс] / А. Шепеленко // Публікації – 2017. – Режим доступу: <https://mind.ua/publications/20175990-15-cikavih-bonusiv-yaki-proponuyut-kom-paniyi-svoyim-pracivnikam>

Бондарчук Аліна Віталіївна — студентка групи МЗД-176, Факультету менеджменту та інформаційної безпеки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: alya.bondarchuk.2017@gmail.com

Несен Леонід Миколайович — к.т.н., доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки Факультету менеджменту та інформаційної безпеки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця

Науковий керівник: **Несен Леонід Миколайович** — канд. тех. наук, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки Факультету менеджменту та інформаційної безпеки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця

Bondarchuk Alina V. — Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: alya.bondarchuk.2017@gmail.com

Nesen Leonid M. — Ph.D., Associate Professor of the Department of Management of the Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Supervisor: **Nesen Leonid M.** — Ph.D., Associate Professor of the Department of Management of the Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ПАТОЛОГІЧНІ СИНДРОМИ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Вінницький технічний коледж

Анотація

В статті представлені певні стійкі та розповсюджені симптоми поведінкового характеру, які призводять до маркетингових та економічних втрат сучасних бізнес-одиниць, досліджені передумови і наслідки характерних підприємницьких патологій, запропоновані напрямки їх профілактики та викорінення.

Ключові слова: підприємництво, бізнес, менеджмент, маркетинг, ділове адміністрування.

Abstract

The article presents certain persistent and widespread symptoms of behavioral character that lead to marketing and economic losses of modern business units, the preconditions and consequences of characteristic entrepreneurial pathologies are investigated, directions of their prevention and eradication are proposed.

Key words: entrepreneurship, business, management, marketing, business administration.

Вступ

Остання четверть XX-го ст. і початок XXI-го ст. характеризувались радикальною зміною умов підприємництва. Зокрема, внаслідок механізації та автоматизації відбулося суттєве зростання продуктивності праці, що призвело до формування «ринку покупця» в більшості галузей та суттєво підвищило градус ринкової конкуренції. Глобалізація економіки також спричинила біфуркаційні зміни в конкурентній боротьбі. Революційний розвиток комунікацій та логістики не міг не призвести до появи нових бізнес-моделей. Традиційно періодичні цикли Кондратьєва (К-цикли) та постійний розвиток потреб вимагали і вимагають адекватних управлінських дій в підприємстві будь-якого масштабу. Тенденції у відносинах власності та розвиток змішаного типу економіки і державного дирижизму посилювали і посилюють складність і динамічність зовнішнього середовища.

Підприємництво постсоціалістичних країн, в тому числі України, змушене було враховувати ці пертурбації зовнішніх факторів в умовах радикальної трансформації економічної системи власної країни та країн-сусідів, коли внутрішнє середовище підприємств, при цьому, лише починало формуватись.

100 років тому, внаслідок концентрації капіталу, сформувався соціальний та бізнесовий запит на «менеджмент», як царину, що опікується людськими відносинами в сфері створення, розподілу та споживання матеріальних і нематеріальних благ; 50 років потому, через суттєве посилення конкуренції та динамічну зміну потреб і запитів («гаманців») споживачів, актуалізувався інструментарій маркетингу. Після широкого запровадження в організаційну систему підприємств принципу функціонального поділу в управлінській науці виокремились окремі напрямки, як то: виробничий та операційний менеджмент, стратегічне планування та управління, менеджмент фінансів, інвестицій та інновацій, маркетинговий менеджмент, кадровий і талант-менеджмент, самоменеджмент, менеджмент якості тощо.

Все висвітлене вище апріорі вимагає від сучасних власників і топ-менеджерів ґрунтовної підготовки і вміння залучати до процесів професіоналів та формувати дієздатні команди, а від держави – адекватних програм та регулюючих впливів. Професор Романовський О. О. виокремлює наступні структурні умови підприємництва: фінансова підтримка, політика держави (зокрема, податкова), державні програми, впровадження науково-технічних розробок, комерційна та юридична інфраструктура, відкритість ринку (мінімізація бар'єрів для входження на ринок), доступ до фізичної інфраструктури, культурні та соціальні норми, захист прав інтелектуальної власності, освіта та професійна підготовка в сфері підприємництва [1]. Метою нашого дослідження є забезпечення умов для розвитку якісного і успішного підприємництва. Основна увага була спрямована на виявлення

управлінських, в першу чергу маркетингових, класичних помилок сучасних підприємств, аналізування їх першопричин та пропозицію шляхів щодо нівелювання негативних наслідків від них.

Результати дослідження

Результати дослідження, представлені в роботі, здобуті на основі вивчення успішних та невдалих управлінських і маркетингових процесів виробничих підприємств ВФ «Панда» (ТМ «Караван», безалкогольні напої та артезіанська вода), ПАТ «Маяк» (електротехнічні вироби), ПАТ «Луцьк Фудз» ТМ «Руна» (бакалійна продукція), виробничо-торгівельних підприємств НВП «Поділлябуд», ТОВ «Декорбетон» (виробництво та реалізація будівельних матеріалів та виробів), ювелірної компанії «Діадема», дистрибуційних компаній ТОВ НВП «Гамма», ТОВ «Кондитер-С», ТОВ «Верленд» (продукти харчування), ТОВ «ТВД» (сантехнічне обладнання) та ін.

Як відомо, ринок, як соціально-економічна система, виконує ряд функцій, кожна з яких має свої впливи на конкретний бізнес. Серед них є досить дошкульні, які вимагають від менеджменту підприємства оперативності, адекватності і навіть креативності, наприклад: оздоровча (сануюча) функція, регульовальна, стимулююча тощо. Непрофесійна реакція на провокації ринку породжує масу бізнесових патологічних процесів, які не завжди закінчуються для підприємства патологічними станами та синдромами, через стійкість (робастість – від англ. *robustness*), – якість, що дозволяє системі витримувати зміни параметрів зовнішнього середовища, відмінні від розрахункових. Однак, окремі процеси призводять до незворотних наслідків. В таблиці 1 представлені найпоширеніші сучасні «бізнес-хвороби» із відповідними характеристиками.

Таблиця 1 – Характеристика розповсюджених «бізнес-патологій» в малому та середньому бізнесі

Сутність «бізнес-патології»	Характеристика процесу	Основні причини	Предметна область
1	2	3	4
Розділення підприємства на частини	Конфлікт між власниками	Неврахування об'єктивних організаційних криз (модель Л. Грейнера)	Ділове адміністрування, менеджмент організацій
Формування негативного попиту	Значна частина потенційного ринку нехтує товаром / послугою	Невірна ціново-якісна (ц/я) стратегія	Маркетинг, 4Р, товарна політика, цінова політика, політика стимулювання
Втрата значної частини ринку або окремих його сегментів	Невдалий ребрендинг, розробка та реалізація неадекватних маркетингових стратегій та заходів тощо	Непрофесіоналізм топ-менеджерів в сфері маркетингу	Маркетинг, стратегічний менеджмент
Низька якість трудового життя (в т.ч. і самих топ-менеджерів)	Комунікаційні перевантаження («людина для бізнесу», а не навпаки)	Неврахування теорії життєвого циклу організації (ЖЦО); несвоєчасна зміна типу департаментизації; нерациональна структура організації; неоптимізовані бізнес-процеси	Менеджмент організацій, менеджмент якості
Апріорі збитковий бізнес	Невдале (несвоєчасне) входження в бізнес	Неврахування теорії життєвого циклу товару (ЖЦТ), зокрема, не береться до уваги, що конкретний товар перебуває в ринковій стадії «зрілість»	Маркетинг, товарна політика
Нижча від потенційного частка компанії на ринку	Пасивність щодо реалізації маркетингових функцій	Недостатнє застосування концепції маркетингу, особливо в розрізі маркетингових досліджень, заходів просування на ринку, цінової і нецінової конкуренції	Маркетинг, маркетингові дослідження, Інтернет-маркетинг
Надмірна ширина і глибина асортименту	Інформаційне перевантаження персоналу, неоптимальна цінова політика, блоки в каналах комунікацій	Невміння вибудувати оптимальні товарні стратегії (характерно для посередницьких організацій)	Маркетинг, товарна політика

Продовження таблиці 1

1	2	3	4
Крах інтеграційних проєктів	Невдала спроба об'єднання із партнерами	Нерозуміння природи альянсів і незнання їх типів (зокрема, альянсів із пайовою участю)	Ділове адміністрування, корпоративне управління
Втрата «кадрового ядра»	Звільнення ключових працівників: директорів за напрямками та начальників відділів	Професійна заздрість власника-директора через вищу компетентність підлеглих по окремих функціях	Психологія, релігія, кадровий менеджмент, ділове адміністрування, менеджмент організацій
Втрата структурної частини бізнесу, ринку, втрата ключових партнерів або «кадрового ядра»	Провідні менеджери звільняються, відбираючи суттєву частину бізнесу, партнерів або споживачів	Невміння працювати з «кадровим ядром»; неякісна юридична робота	Талант-менеджмент, контрактне управління, корпоративне управління
Неотримання потенційних прибутків від можливих експортних операцій	Пасивна поведінка щодо експансії бізнесу чи товарів на закордонні ринки	Невикористання експортного потенціалу	Міжнародний менеджмент та маркетинг, зовнішньоекономічна діяльність, економіка зарубіжних країн, іноземна мова
Класичні фінансово-економічні негаразди	Зниження фінансової стійкості, нерациональна структура активів, реалізація проєктів без належного обґрунтування, банкрутство	Відсутність в структурі організації економічного відділу; ігнорування економічної функції	Економіка, бізнес-планування, управління проєктами
Неуспішність назрілих змін: індивідуальних, колективних, організаційних	Непереборний опір змінам з боку персоналу	Невміння управляти змінами; формувати команду реформаторів; працювати з опором змінам	Управління змінами, психологія
Нестабільність персоналу	Висока плинність кадрів	Неякісний HR-менеджмент (особливо на етапі підбору персоналу)	Кадровий менеджмент
Марнотратство людських ресурсів, паралелізм і дублювання	Висококваліфіковані працівники виконують нескладну роботу або малий обсяг робіт взагалі чи дублюють функції інших	Прийняття на роботу професіоналів не під конкретні завдання і функції, а через їхню привабливу компетентність	Менеджмент якості, ділове адміністрування, менеджмент організацій

Аналізування виявлених проблем підприємництва дозволило зробити висновок, що вони мають поведінкову природу і соціально-організаційний характер. Наголосимо, що будь-які вдосконалення на підприємстві діляться на техніко-технологічні (вимагають суттєвого часу і коштів) і соціально-організаційні (вимагають знань і креативності). Кожне із представлених в таблиці 1 явищ має свій генезис і ексклюзивні причини. Однак, узагальненим підґрунтям висвітлених негараздів є низький рівень культури підприємництва саме з боку директорів-власників та топ-менеджменту. Частково це обумовлено відсутністю у них достатніх економічних, управлінських та маркетингових знань. Тут можна виокремити дві основні причини такого стану справ: 1) Бізнеси, створені на початку 90-х років, які сьогодні досягають 3-ї стадії життєвого циклу організації із зміною департаментизації і формуванням відділів, часто започатковували технічні спеціалісти, інженери за освітою. Маючи відповідні технічні знання і психологічні характеристики, ці люди зуміли трансформувати та відновити економіку України на рівні малого і середнього бізнесу. Однак, нова стадія масової організаційної еволюції загострює проблему управлінської та маркетингової некомпетентності. 2) Низький рівень конкуренції в багатьох галузях української економіки та надмірне матеріальне (маєтне) розшарування не створюють стимули до активного розвитку бізнесу на основі сучасних знань. При такій лояльній ринковій кон'юктурі саме власники стають основним гальмом для розвитку власного бізнесу за примітивним принципом: «Для чого мені щось змінювати, якщо я і так фінансово забезпечений».

Це, в свою чергу, породжує скепсис по відношенню до економічної освіти, зокрема, за спеціальностями «Менеджмент», «Маркетинг», «Економіка». Однак, в умовах зростання глобальної конкуренції частина українських бізнесменів може залишитися біля «розбитого корита». Тому допускаємо, що в умовах державного «дирижизму» доцільно виробити і запровадити спеціальні

механізми до інтенсивного підвищення кваліфікації персоналу підприємств. За основу можна взяти шведську модель нарощування культурного капіталу, де порівняно з США частка витрат на перекваліфікацію робітників в держбюджеті вища, ніж частка витрат на допомогу по безробіттю; порівняно із Великобританією зайнятість підтримується більшою мірою через перекваліфікацію робітників, ніж через підтримку чисельності робочих місць [2]. Крім того в розвинених країнах практикується зобов'язання підприємств виділяти чіткий відсоток від фонду заробітної плати на підвищення кваліфікації персоналу.

Висновки

Діалектика українського та світового бізнес-середовища і вітчизняного підприємництва об'єктивно призводить до нагромадження проблем і протиріч. Несвоєчасне їх розв'язання породжує загрози як для самих бізнесів, так і для інших стейхолдерів. Досліджені сучасні класичні «бізнес-патології» малого і середнього підприємництва дозволяють зробити висновок, що їх узагальненою причиною нерідко є низький рівень управлінської та маркетингової компетентності власників та топ-менеджерів. До основних аргументів їх освітньої інфантильності, на нашу думку, слід віднести низький рівень конкуренції в багатьох галузях і надмірне матеріальне розшарування в суспільстві, навіть на рівні окремих організацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Романовський О. О. Вплив підприємництва, підприємницької освіти та підприємницьких університетів на національне економічне зростання (зарубіжний досвід) [Електронний ресурс] / О. О. Романовський // Ефективна економіка. Електронний журнал. – 2013. – № 1. – Режим доступу до журн.: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1707>
2. Пасічник Ю. В. Критерії соціально-орієнтованої економіки [Електронний ресурс] / Ю. В. Пасічник – 2009. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/7705/1/7.pdf>

Одосій Світлана Миколаївна — викладач економічних дисциплін Вінницького технічного коледжу, м. Вінниця

Несен Ілля Леонідович – студент групи ІРТ-1 Вінницького технічного коледжу, м. Вінниця, e-mail: agesillay@gmail.com

Odosiy Svitlana Mykolaivna – teacher of economic disciplines of Vinnitsa Technical College, Vinnytsya

Nesen Ilya Leonidovych - student of group IRT-1 of Vinnitsa Technical College, Vinnytsia, e-mail: agesillay@gmail.com

МАРКУВАННЯ В СИСТЕМІ БЕЗПЕЧНОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ

¹ Вінницький національний технічний університет

² Київський національний торговельно-економічний університет

Анотація

Розглянуто значення маркування в системі безпеки харчових продуктів та основні положення закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів».

Ключові слова: маркування, безпека, харчові продукти, якість, інформація.

Abstract

The significance of labeling in the food safety system and the main provisions of the Law of Ukraine «On information for consumers on food products» are considered.

Keywords: labeling, safety, food products, quality, information.

Вимоги споживачів до якості харчових продуктів трансформуються із розвитком суспільства і залежать від впливу економічних, політико-правових, соціокультурних, демографічних, екологічних, науково-технічних чинників. Тому розроблені у різних країнах світу у різні часи моделі вимог споживачів до якості харчових продуктів мають певні особливості, проте безпека є ключовою у всіх моделях. Основою моделі, запропонованої Г.В. Астратовою, є фізіолого-психологічний підхід, згідно з яким до фізіологічних вимог належать вимоги до безпеки, енергетичної та харчової цінності, оптимального співвідношення макро- та мікронутрієнтів, функціональності, до емоційних – сенсорні властивості, новизна, екзотика, розкіш, до соціально-психологічних – натуральність і етичні потреби [1]. У моделі, розробленій національною радою споживачів Шотландії, вимога до безпеки також є основною, на яку накладаються вимоги до споживчих властивостей, натуральності та етичні вимоги [2].

Гарантування безпеки та якості харчових продуктів є однією із конституційних функцій держави з метою забезпечення життєдіяльності та здоров'я громадян. Конституційною нормою є також право вільного доступу споживачів до інформації про якість харчових продуктів і предметів побуту [3].

У грудні 2018 року Верховна Рада ухвалила закон «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» [4], який запроваджує нові правила їх маркування з метою забезпечення високого рівня захисту здоров'я громадян і задоволення їхніх соціальних та економічних інтересів та приведення українського законодавства у відповідність до Положення Регламенту Євросоюзу №1169 від 25 жовтня 2011 року щодо надання споживачам інформації про харчові продукти.

Обов'язковою, відповідно до Закону, є така інформація (за окремими винятками):

- 1) назва харчового продукту;
- 2) перелік інгредієнтів;
- 3) інгредієнти, які спричиняють алергічні реакції або непереносимість;
- 5) кількість харчового продукту в установлених одиницях вимірювання;
- 6) мінімальний термін придатності або дата "вжити до";
- 7) будь-які особливі умови зберігання та/або умови використання (за потреби);
- 8) найменування та місцезнаходження оператора ринку харчових продуктів, відповідального за інформацію про харчовий продукт, а для імпортованих харчових продуктів - найменування та місцезнаходження імпортера;
- 9) країна походження або місце походження;
- 10) інструкції з використання - у разі якщо відсутність таких інструкцій ускладнює належне використання харчового продукту;

11) для напоїв із вмістом спирту етилового понад 1,2 відсотка об'ємних одиниць - фактичний вміст спирту у напої (крім продукції за [кодом 2204](#) згідно з УКТ ЗЕД);

12) інформація про поживну цінність харчового продукту.

Також встановлено вимоги до розбірливості інформації. Зокрема, висота малих літер у тексті, яким надається обов'язкова інформація про харчовий продукт, має бути не меншою 1,2 мм. У разі використання упаковки або тари, площа найбільшої поверхні якої менша за 80 кв. см, висота малих літер має дорівнювати або перевищувати 0,9 мм.

Інформація про харчові продукти надається державною мовою і не має вводити споживача в оману. За введення споживачів в оману щодо речовин і харчових продуктів, що викликають алергічні реакції або непереносимість, передбачено штраф (30 мінімальних заробітних плат для юридичних осіб і 20 - для фізичних осіб-підприємців). Продаж продуктів, маркування яких не відповідає законодавству, якщо це не створює загрози для життя, здоров'я людини або тварини, каратиметься штрафом (5 мінімальних зарплат для юридичних осіб і 3 мінімальних зарплат для фізосіб-підприємців).

Закон (крім окремих статей) вступає в силу через півроку після його опублікування, тобто з серпня 2019 року і стане важливим етапом у формуванні системи безпечності харчових продуктів. Введення його в дію сприятиме забезпеченню високого рівня захисту здоров'я за рахунок підвищення відповідальності операторів ринку щодо інформаційної складової продовольчих товарів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Астратова Г. В. Маркетинг продовольственного рынка: концептуальный поход / Г. В. Астратова. – Шадринск: Изд-во ПО «Исеть», 1996. – 324 с.
2. Герасимова Г. Е. Качество продуктов питания. Европейский подход / Г. Е. Герасимова // Стандарты и качество. – 1996. – № 6. – С. 55.
3. Конституція України
4. Закон України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів»

Мороз Олена Омелянівна, д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: oomorozz@ukr.net

Белінська Світлана Омелянівна, д.т.н., професор, завідувач кафедри товарознавства, управління безпечністю та якістю, Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ, e-mail: belinskas@ukr.net

Moroz Olena O., Dr. Sc. (Econ.), Professor, Head of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnitsia National Technical University, Vinnitsia, e-mail: oomorozz@ukr.net

Belinska, Svitlana O., Dr. Sc. (Eng.), Professor, Head of Department commodity research, safety management and quality, Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, e-mail: belinskas@ukr.net

ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗДІЙСНЕННЯ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВІ МОЛОКОПРОДУКТОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглядаються особливості здійснення витрат на молокопереробному підприємстві; визначаються елементи операційних витрат та структура витрат за статтями калькуляції; показується вплив рівня витрат на фінансові показники діяльності підприємства.

Ключові слова: витрати, ефективність, управління, калькуляція, операційні витрати, прибуток.

Abstract

The features of the costs at the dairy enterprises are considered; the elements of the operative costs and structure of the costs by the costing articles are calculated; the impact of the costs level on the financial performance of enterprise is defined.

Keywords: costs, efficiency, management, costing, operating expenses, profit.

Вступ

В ринкових умовах господарювання важливим питанням для вітчизняних підприємств стає вижити в умовах високої конкуренції. Однією з ефективних стратегій є стратегія низьких витрат. Контроль за виконанням і ходом реалізації цієї стратегії повинен здійснюватись, починаючи з моменту пошуку партнерів, постачальників сировини, вибору технології виробництва. Також рівень витрат повинен корегуватись і впродовж усього циклу виробництва продукції, а також на етапі її реалізації. Це дозволить виявити додаткові резерви зниження собівартості готової продукції та розробити вигідну для споживачів та самих виробників цінову політику.

Велику увагу управлінню витратами підприємства приділяють такі автори, як Бланк І.А., Бутинець Ф.Ф., Гудзь О.Є., Савицька Г.В., Поліщук Н.В., Максимова О. В цілому питання управління витратами розглядається багатьма науковцями, однак слід приділити особливу увагу його практичному застосуванню.

Результати дослідження

Проблема зменшення витрат на підприємстві, а відповідно і собівартості, що веде до підвищення прибутку, завжди була і буде на першому місці. Кінцева мета будь-якої діяльності – одержання прибутку. А для визначення кінцевого результату прибутку необхідно вести облік і аналіз затрат. Управління підприємством неможливе без здійснення затрат, тому що це впливає на усі економічні закономірності і механізми, які відбуваються на підприємстві [2].

Витрати – це головний фактор, що впливає на пропозицію товарів. Тому, перед тим, як прийняти рішення про те, скільки товарів виробляти, фірма повинна проаналізувати свої витрати [7]. Об'єктом дослідження обрано систему управління витратами на ПАТ «Новотроїцький маслосирзавод».

За результатами дослідження зроблено висновок, що підприємству при структурі витрат на виробництво і реалізацію продукції у 2017 році необхідно реалізувати не менше 307,5 т. своєї продукції для того, щоб покрити всі витрати. Фактичний обсяг реалізації у 2017 році склав 523 т. Тому підприємство отримало прибуток, а маржинальний дохід є додатнім.

Аналіз операційних витрат за елементами (рис. 1) показав, що збільшення обсягів виробництва викликало зростання матеріальних витрат та витрат на оплату праці. При цьому саме матеріальні витрати мають найбільшу питому вагу (70-90%). Амортизаційні відрахування керівництво зменшило. Також зменшились інші операційні витрати через меншу потребу в орендованому обладнанні.

Дослідження структури витрат аналізованого підприємства за статтями калькуляції показало, що основними в структурі виробничої собівартості є витрати на купівлю сировини (понад 70%), які мають незначну зростаючу динаміку. Всі інші витрати, за винятком амортизації, які складають

виробничу собівартість та собівартість реалізованої продукції, також зростають протягом 2015-2017 років. Зменшення амортизаційних відрахувань визначило зменшення величини загальновиробничих витрат підприємства. Однак, цього було недостатньо і виробнича собівартість на кінець 2017 року зросла.

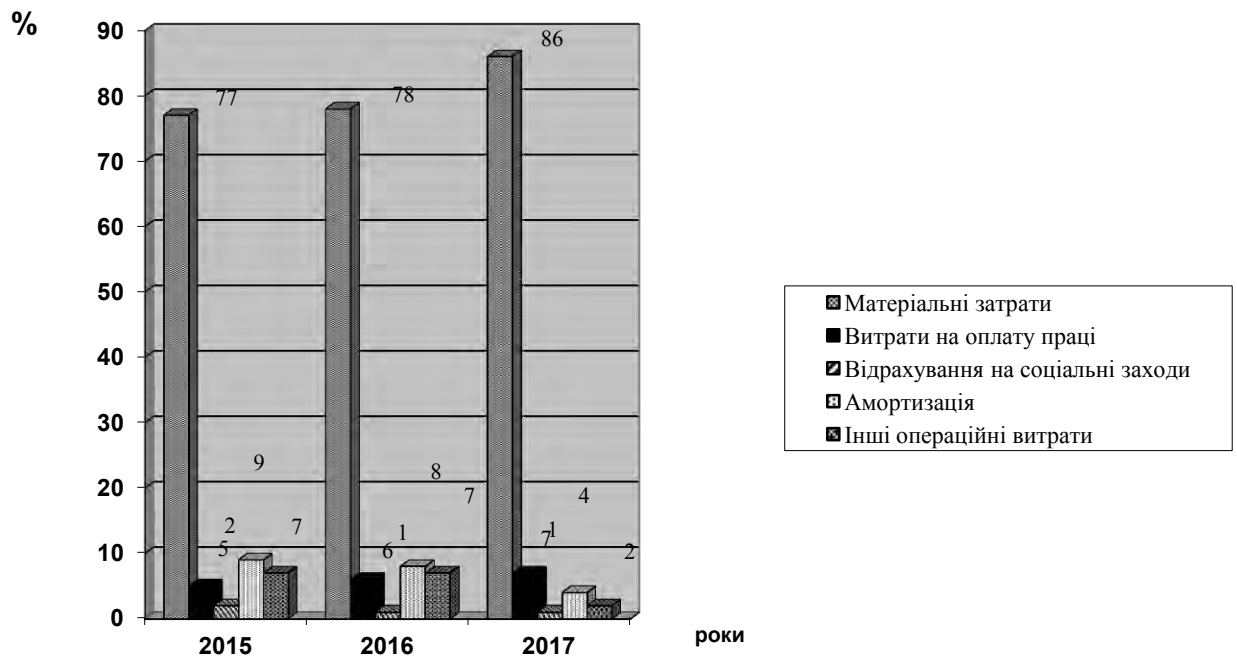


Рисунок 1 – Структура операційних витрат ПАТ «Новотроїцький маслосирзавод»

При формуванні повної собівартості відбулось значне зниження інших операційних витрат, а також незначне зниження витрат на збут. В результаті цього повна собівартість зменшилась. І як результат, ми бачимо зростання чистого доходу, валового прибутку та показника рентабельності основної діяльності (рис. 2). Таким чином, на аналізованому підприємстві за умови зростання обсягу виробництва на 3,16% виникає економія, в першу чергу на постійних витратах. Зниження собівартості реалізованої продукції на 0,25% призвело до зростання валового прибутку на 6,32%.

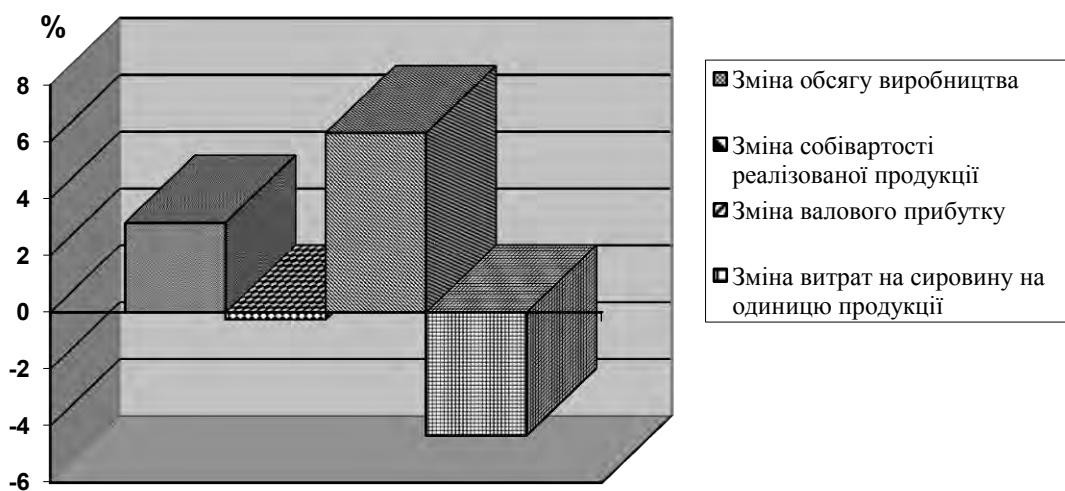


Рисунок 2 – Зміна обсягу виробництва, собівартості реалізованої продукції, валового прибутку, витрат на сировину на одиницю продукції ПАТ «Новотроїцький маслосирзавод» в 2017 році порівняно із 2015 роком

За даними підрахунку витрат на одиницю продукції усі витрати, крім витрат на оплату праці, в т.ч. адмінперсоналу, зменшились протягом 2015-2017 років. Це свідчить про ефективність здійснення витрат. А зростання витрат на основну заробітну плату пов'язане із збільшенням чисельності працівників з 54 до 62 чол. у 2017 році, тобто на 15%.

В цілому показники діяльності підприємства та ефективності системи управління відображають реальний стан галузі. І для досягнення подальшого розвитку підприємству необхідно реалізувати ряд певних заходів.

Висновки

Отже, в процесі дослідження було виявлено, що підприємство молокопродуктового підкомплексу ПАТ «Новотроїцький маслосирзавод» фактично виготовляє більше молочної продукції порівняно із розрахованою точкою беззбитковості. Тому і маржинальний дохід є додатнім. Позитивними змінами, які вказують на розвиток заводу, є зростання матеріальних витрат та витрат на оплату праці в умовах відповідного нарощення обсягів виробництва та збільшення чисельності працівників. Це дозволило досягти зростання чистого доходу, валового прибутку та показника рентабельності основної діяльності. Саме цим визначається рівень ефективності здійснення витрат.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гудзь О.Є. Науково-методичне забезпечення формування та реалізації фінансової політики підприємства // «Облік і фінанси». - 2015. - №2(60). - С. 69-86.
2. Максимова О. Навчитися правильно рахувати затрати – перший крок до управління ними // Баланс. – 2016. – № 14. – С. 24-26.
2. Великий Ю. Особливості кризового стану вітчизняних підприємств і методів його оцінки / Великий Ю.М., Проскура О.Ю. // Фінанси підприємств. – 2015. - № 10. - С. 29-32.
3. Поліщук Н.В. Методи аналізу діяльності підприємства // Фінанси України. – 2015. - №1. - С. 61.
4. Піскунова Н. В. Аналіз витрат виробництва як важлива ланка ефективного управління промислового підприємства / Н. В. Піскунова // Економічний аналіз. - 2013. - Том 13. – С. 357-364.
5. Хомяк Т. Р. Аналіз витрат у контексті формування стратегії підприємства / Т. Р. Хомяк // Європейські перспективи. – 2015. - № 5. - С. 20-25.
6. Євтушевська О. О. Особливості обліку і аналізу витрат діяльності на підприємствах виноробної галузі / О. О. Євтушевська // Економіка харчової промисловості. – 2018. - Том 10. - Випуск 1. – С. 81-86.
7. Максимова О. Постоянные и переменные затраты // Баланс. – 2014. – № 18. – С. 14-16.
8. Максимова О. Навчитися правильно рахувати затрати – перший крок до управління ними // Баланс. – 2016. – № 14. – С. 24-26.

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

ЗБАЛАНСОВАНА СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Проаналізовано можливості застосування збалансованої системи показників для підвищення ефективності антикризового управління підприємствами. Обґрунтовано зміст основних чотирьох проєкцій збалансованої системи показників з урахуванням специфіки антикризового управління, а також наведено приклад стратегічної карти підприємства.

Ключові слова: антикризове управління, стратегічне управління, збалансована система показників, стратегічна карта, ефективність.

Abstract

The possibilities of using a Balanced Scorecard for improving the effectiveness of crisis management of enterprises are analyzed. The content of the four basic projections of the Balanced Scorecard taking into account the specifics of crisis management is substantiated, as well as the example of the strategic map of the enterprise

Keywords: crisis management, strategic management, balanced scorecard, strategic card, efficiency.

Вступ

Сьогодні для підвищення ефективності антикризового управління підприємством усе частіше застосовують інструментарій стратегічного управління та менеджменту бізнес-процесів, зокрема, збалансовану систему показників (Balanced Scorecard (BSC)), що дозволяє інтегрувати цільові показники і задачі окремих структурних відділів і секторів організації у єдину систему, орієнтовану на досягнення головної мети.

Теоретичним та практичним аспектам застосування збалансованої системи показників присягли свої дослідження такі вітчизняні автори, як К. Редченко, Т. В. Момот, Ж. Смотрич та ін. Серед зарубіжних науковців слід виділити праці таких вчених, як Д. Нортон, Р. Каплана, А. Томпсона, Дж. Стрікланда, М. Портера, Г. Мінцберга, І. Ансоффа.

Мета роботи полягає в дослідженні та аналізі перспектив застосування збалансованої системи показників для підвищення ефективності антикризового управління підприємствами.

Результати дослідження

Як зазначається у [1] збалансована система показників (ЗСП) є найсучаснішим інструментом стратегічного і оперативного менеджменту, який дозволяє пов'язати стратегічні цілі компанії з бізнес-процесами та повсякденними діями персоналу на кожному рівні управління, а також здійснювати контроль за реалізацією загальної стратегії.

ЗСП з'явилась на початку 1990-х рр. як інструмент управління компаніями. В результаті апробації ЗСП на ряді організацій її було визнано унікальною і такою, що дозволяє інтегрувати фінансові та нефінансові показники ефективності господарської діяльності.

ЗСП у класичному варіанті повинна містити чотири складові, що відображають стратегічно важливі аспекти діяльності підприємства: «Фінанси», «Маркетинг», «Персонал», «Бізнес-процеси». Кожна складова містить ключове питання, з яким вона асоціюється. Відповіді на ці питання є цілями, досягнення яких буде свідчити про просування у напрямку реалізації стратегії [2].

Нижче представлена спроба адаптувати класичну ЗСП для підвищення ефективності антикризового управління підприємством. При розробці ключових питань до основних проєкцій було зроблено акцент саме на стійкості підприємства до кризових явищ та уникнення фінансових та організаційних ускладнень у майбутньому.

Суть складових ЗСП для підвищення ефективності антикризового управління підприємством можна представити наступним чином (рис. 1.)



Рис. 1. Сутність складових ЗСП для оцінювання антикризового потенціалу підприємства

При формуванні системи збалансованих показників необхідно дотримуватися таких правил [3]:

- необхідність зв'язку обраних індикаторів зі стратегією розвитку організації в довгостроковій перспективі, забезпечення їх релевантності. Акцент на показниках, що визначають перспективи розвитку, дають реальну можливість менеджменту організації керуватися не лише оперативними діагностичними індикаторами, а й спрямовувати процес управління на досягнення стратегічних завдань;

- забезпечення достовірності вимірювання показників збалансованої системи через застосування кількісного або якісного оцінювання індикаторів для запобігання суб'єктивним експертним оцінкам, використання таких індикаторів, які формуються на засадах об'єктивного оцінювання ситуації;

- прозорість упровадження, що передбачає інформування персоналу підприємства, залучення його до розроблення, чітке розуміння й однакове тлумачення кожним співробітником підприємства показників збалансованої системи, цільової шкали індикаторів, а також можливість оперативного відстеження й забезпечення, які не потребують значних коштів для інформаційного забезпечення.

Для виявлення механізму причинно-наслідкових зв'язків між стратегічними цілями підприємства, їх деталізації на тактичні та оперативні засоби їх досягнення, застосовують стратегічні карти підприємства. Стратегічні карти розглядають з точки зору [4]:

- відображення взаємозв'язків і залежностей між окремими цілями;
- пояснення взаємних ефектів, що виникають у процесі досягнення цілей;
- формування в керівників розуміння залежностей і значення окремих цілей;
- сприяння єдиному розумінню стратегії;
- пояснення значення управлінських показників.

На рис.2 представлено стратегічну карту машинобудівного заводу, що знаходиться у стані кризи, узгоджену з основними параметрами його діяльності у межах ЗСП.

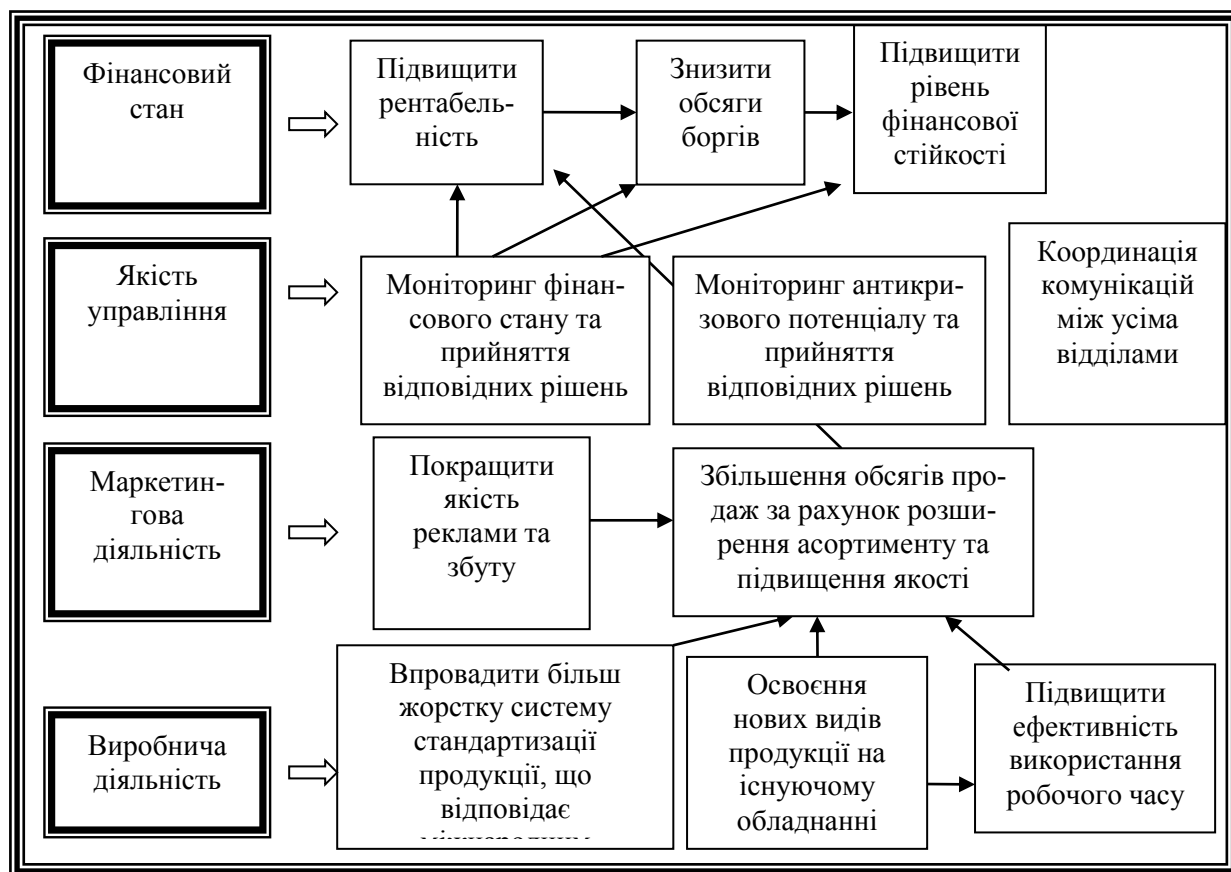


Рис. 2. Стратегічна карта машинобудівного заводу, що знаходиться у стані кризи

Висновки

Таким чином, впровадження збалансованої системи показників дозволить ефективно реалізувати обрану стратегію та подолати кризовий стан підприємств та організацій. За умови адаптації чотирьох складових збалансованої системи показників до особливостей підприємства, що знаходиться у стані кризи, ця система перетворюється на ефективний інструмент антикризового стратегічного управління і дозволяє не тільки подолати несприятливі тенденції, а й значно підвищити ефективність бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Разработка сбалансированной системы показателей. Практическое руководство с примерами. – 2-е изд., расшир. / Под ред. А.М. Гершуна, Ю.С. Нефедьевой. – М.: ЗАО “Олимп-Бизнес”, 2005. – 128 с.
2. Kaplan R. S., Norton D. P. The Balanced Scorecard – Measures then drive Performance // Harvard Business Review, - 1992-V. 70.-N 1.-P. 71-79.
3. Заярна Н.М. Роль збалансованої системи показників результативності діяльності в системі антикризового управління підприємством / Н. Заярна, С. Заник, М. Нечесанов // «Молодий вчений». – № 11 (51). – 2017. – С. 1159-1163.
4. Должанський І. З. Стратегія управління діяльністю підприємств на основі збалансованої системи показників : монографія / І. З. Должанський, І. М. Ягнюк. – Макіївка : Купріянов В. С., 2012. – 211 с.

Шварц Ірина Володимирівна — канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: s.irinach502@gmail.com

Shvarts Iryna Volodymyrivna – Ph.D. (Econ.), Associate Professor, Associate Professor of Department of entrepreneurship and financial activities, Vinnitsia National Technical University, Vinnitsia, e-mail: s.irinach502@gmail.com.

ОСОБЛИВОСТІ КРАУДФАНДИНГУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ FEATURES OF CROWDFUNDING OF INNOVATIVE PROJECTS

Анотація

Розглянуто особливості краудфандингу як інструменту фінансування інноваційних проектів. Визначено його відмінності від інших видів інвестування проектів.

Ключові слова: краудфандинг, інноваційний проект, фінансування, інвестування.

Abstract

Features of crowdfunding as a tool for financing innovative projects are considered. Its differences from other types of investment projects are determined.

Keywords: crowdfunding, innovative project, financing, investment.

Вступ

У сучасному світі перспективи швидкого виведення стартапу на ринок та досягнення ним успіху насамперед пов'язані з пошуком джерел і форм інвестування. Обмеженість власних коштів спонукає компанії до пошуку альтернативних джерел фінансування. Традиційними формами залучення капіталу є отримання комерційних кредитів, позик, публічне розміщення акцій серед зовнішніх інвесторів, продаж облігацій та інших боргових цінних паперів. Альтернативним варіантом є отримання кредитів від ЄБРР, НЕФКО, Німецького державного банку розвитку, Європейського інвестиційного банку, грантів і міжнародної технічної допомоги ЕСР, Фонду Б'юллія, Фонду Мотта, Фонду Східна Європа. Разом з тим поширеною і перспективною формою фінансування розвитку інноваційних проектів стає краудфандинг.

Результати дослідження

Краудфандинг — це механізм залучення фінансових ресурсів від великої кількості людей (від англ. Crowd – натовп і Funding – фінансування) для реалізації проектів соціального, культурного, екологічного, комерційного, особистого, політичного характеру. Прикладами «народного фінансування» є збір коштів на будівництво Статуї Свободи в Нью-Йорку [1], на відновлення Собору Святого Стефана у Відні, або збір коштів на підтримку армії під час Першої Світової війни в Німеччині (у кожному місті Німеччини встановлювали дерев'яну статую, будь-хто міг купити іменний цвях, який у неї вбивали) [2]. Сучасною особливістю краудфандингу є активне використання мережі Інтернет, соціальних медіа, які забезпечують обмін інформацією про краудфандингові проекти та сприяють перетворенню соціального капіталу на фінансовий капітал.

Виділяють 7 основних принципів, яким повинні слідувати всі краудфандингові проекти [3]:

1. Принцип успішності краудфандингового проекту – інтерес великої кількості людей, які задіяні в одній проблематиці.
2. Емоційна залученість учасників. Це означає, що ідея повинна зачіпати почуття тих, хто буде її інвестувати.
3. Забезпечення інвесторів так званою нагородою. Так, наприклад, якщо людина збирає гроші на видавництво книги коміксів – вона дарує усім, хто допоміг зібрати гроші, примірник цієї книги.
4. Повинна бути чітка і конкретна мета всього заходу. Всі учасники акції повинні розуміти, чи є у збору грошей практичний сенс. Тому в краудфандингових проектах зазначена кінцева сума. Якщо

цієї суми не оголошено, то інвестори просто не можуть оцінити ні реалізованість ідеї, ні серйозність намірів автора.

5. Довіра. Один з надійних і простих способів підвищити довіру – забезпечити верифікацію всіх рахунків і гаманців для збору грошей. Практично всі платіжні системи дають можливість підтвердити те, що власник гаманця реальний і він не шахрай. А якщо збором займається комерційна організація – вона просто зобов'язана дати всі свої реквізити, за якими її може легко перевірити будь-яка людина.

6. Повна прозорість збору коштів. Інвесторам важливо бачити, що їхні гроші надійшли на рахунок одержувача. І не менш важливо бачити, на які цілі ці гроші були витрачені. Якщо велику частку бюджету надав спонсор - користувачі теж повинні знати про це. Така можливість не тільки підвищить довіру до проекту, але і надихне інвесторів.

7. Останній принцип – зручність використання. Якщо є зручна кнопка для переказу грошей – її натиснуть, якщо немає – ніхто не піде в банк і не буде стояти у черзі, щоб надіслати свої 100 грн.

Краудфандинг передбачає три основні моделі винагороди вкладників: без винагороди, нефінансова винагорода, фінансова винагорода. Моделі без винагороди та з нефінансовою винагородою притаманні майже всім некомерційним та благодійним проектам. Нефінансова винагорода частіш за все виражається у виді сувеніра, листа з подякою вкладнику, подяки у соціальній мережі, іншого символічного подарунку.

Фінансова винагорода характерна для комерційних проектів. Має три основні варіанти винагороди: 1) вкладник стає акціонером компанії, яка висувала проект для фінансування; 2) вкладник отримує частину прибутку компанії автору проекту; 3) вкладник виступає позикодавцем. У певний строк компанія, яка отримала гроші на реалізацію проекту, повинна повернути вкладнику його гроші та виплатити відсоток за користування його коштами [4, с. 38].

Відмінностями краудфандингу від традиційних способів фінансування інноваційних проектів є:

- фінансування проектів великою кількістю осіб (масовість) невеликими сумами коштів (низька ризикованість), що можна охарактеризувати як соціальне інвестування.

- відсутність посередників у більшості випадків та, як наслідок, мінімізація трансакційних витрат;

- фінансування проектів у реальному часі в глобальному віртуальному просторі – принциповою відмінністю краудфандингу від традиційних форм фінансування є відсутність будь-яких бар'єрів між донорами та об'єктами фінансуванні, які можуть проявлятися у національному регулюванні фінансової сфери, структурі національного та міжнародного фінансового ринку, особливостями фінансової інфраструктури; оскільки вже зараз даний сегмент є невід'ємною складовою світової фінансової системи [5, с. 135];

- особлива роль особистих контактів та соціальних мереж – проявляється у встановленні специфічної мережевої системи фінансування, коли потенційний інвестор і автор проекту контактують через соціальну мережу. Дослідження професора Пенсільванського університету Ітана Моллика, який дослідив 46 902 проекти на краудфандинговій платформі Kickstarter.com свідчить, що якщо автор певного проекту має менше 10 друзів у соціальних мережах, його шанс на успіх складає близько 9 %, 100 друзів – 20%, 1000 збільшували вірогідність до 40%. Не менш важливими є соціальні зв'язки в оффлайн, адже якщо автор проживає у великому місті – шанс на успіх вищий [5, с. 135].

Однією з прогресивних та суперечливих форм краудфандингу є акціонерне фінансування (краудінвестинг). Він передбачає отримання спонсором (інвестором) винагороди у вигляді частини власності, акцій підприємства, дивідендів або права голосування на загальних зборах акціонерів, що супроводжується ризиком втрати капіталовкладень інвесторів. Дана інноваційна форма краудфандингу є привабливою для нових підприємств, які ще не мають позитивної кредитної історії для залучення банківських кредитних коштів, або для існуючих підприємств, які потребують незначних інвестицій для запуску чи розширення бізнесу, обсяг яких є завеликим для бізнес-янгелів та замалим для венчурних фондів. Прикладами краудінвестингових платформ є EquityNet, Seedrs, CrowdCube, Invesdor, StartTrack, OurCrowd.

Висновки

Отже, особливістю краудфандингу інноваційних проектів є прямий зв'язок між результатами збору коштів для фінансування проекту на краудфандинговій платформі та перспективністю його успішної реалізації, адже внесення коштів «доброчинцями» базується на їх схваленні та довірі до

проекту. Крім того даний вид фінансування характеризується доступністю, швидкістю та простотою порівняно з традиційними способами фінансування, а також нижчим рівнем трансакційних витрат завдяки зменшенню кількості посередників. Разом з тим перешкодами для краудфандингу вітчизняних інноваційних проектів є обмеженість безпосереднього доступу до ряду іноземних платформ, необхідність презентування проекту іноземною мовою з урахуванням менталітету цільової аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Что такое Краудфандинг? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdfunding.
2. Кутузова А. Що таке краудфандинг, у чому принцип цієї моделі? Як організувати фінансування своєї бізнес-ідеї, чи це реально й перспективно в Україні? [Електронний ресурс] / А. Кутузова. - ForbesУкраїна. – 23 Травня 2014. - Режим доступу: http://forbes.ua/ua/explain/startup_and_business/1371647yak-realizuvati-proekt-za-dopomogoyu-kraudfandingu.
3. Манаєнко І. М. Краудфандинг як інноваційний інструмент розвитку бізнесу [Електронний ресурс] / Манаєнко І. М., Діденко А. С. // Актуальні проблеми економіки та управління : збірник наукових праць молодих вчених. – 2017. – Вип. 11. – Режим доступу: <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/22558>.
4. Васильєв О. В. Краудфандинг — сучасний інструмент фінансування розвитку інтелектуального капіталу / О. В. Васильєв, С. С. Матющенко // Інвестиції: практика та досвід. - 2016. - № 18. - С. 36-40.
5. Тульчинська С. О. Особливості краудфандинг як різновиду інвестування / С. О. Тульчинська, О. С. Солосіч, М. О. Голуб // Сучасні проблеми економіки і підприємництва. – 2017. – Вип. 19. – С. 132-140.

Тетяна Миколаївна Білоконь — канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, e-mail: tm.bilokon@gmail.com

Віталій Леонідович Білоконь — спеціаліст з банківської справи, e-mail: vitalbelokon@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

Vitalii L. Bilokon — specialist in banking, Vinnytsia

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено системи управління активами на підприємстві та їх специфіка, виявлено проблеми та їх причини в управлінні активами на ПАТ «Городенківський сирзавод».

Ключові слова: система управління, активи, фінансовий стан, економічна ефективність.

Abstract

The systems of assets management at enterprises and their specifics are investigated, the problems and their reasons in asset management at PJSC "Gorodenkivsky Cheese Factory" are revealed..

Keywords: management system, assets, financial position, economic efficiency

Вступ

Розвиток ринкових відносин в Україні зумовлює діяльність підприємств, умов їх функціонування на ринку. Тому підприємствам для того, щоб існувати і розвиватись, необхідно правильно визначати свою стратегію та тактику поведінки на ринку та систематично проводити управління діяльністю підприємства з метою підвищення ефективності діяльності та отримання прибутку. Фінансовий стан підприємства визначається розміщенням і використанням його коштів [1]. Управління активами підприємства є важливою складовою частиною загальної системи управління його фінансовою діяльністю. Воно дозволяє вирішувати різноманітні задачі фінансового менеджменту і підпорядковане його головній цілі. Ефективно розміщені фінансові ресурси підприємства є найважливішим показником його фінансової стабільності, передумовою досягнення високих кінцевих результатів його господарської діяльності в цілому. Ефективні форми управління фінансовими ресурсами дозволяють підприємству отримувати додатковий прибуток. Тому процес управління активами є одним з найважливіших питань у стабільності і процвітанні кожного підприємства в Україні.

Проблема управління оборотними активами займає провідне місце в наукових роботах таких українських вчених, як І.О. Школьник, І.М. Бойчик, М.С. Харів, М. Т. Хопчан, А. Д. Василик, М. В. Володькіна, К. В. Ізмайлова, М. Я. Коробов, Л. А. Лігоненко, А. М. Поддєрьогін та зарубіжних учених-економістів: І. А. Бланка, В. В. Ковальова, Б. Колласа, М. Н. Крейніна, Т. Манесса. Однак, слід відмітити, що система управління оборотними активами вимагає подальшого вивчення, яке має бути спрямоване на покращення та визначення її функцій з позиції адаптації до сучасного стану розвитку економіки України [2].

Результати дослідження

Виробництво молока та молочної продукції в Україні стало невід'ємною складовою забезпечення національної продовольчої безпеки і підтримки соціально незахищених верств населення, а також основним джерелом добробуту та зайнятості мешканців сільської місцевості. Однак, підприємства молочної галузі України переживають достатньо складні часи. Перспективи галузі багато в чому залежать від інвестиційних, виробничих можливостей. Не менш важливим є досягнення ефективного управління активами молокопереробних підприємств.

Згідно проведених досліджень на ПАТ «Городенківський сирзавод» зроблено такі висновки:

- підприємство використовує оборотні кошти для основних засобів;
- основні засоби оновлюються;

- збільшуються основні засоби виробничого призначення, а не виробничого зменшуються;
- робиться акцент на збільшення виробництва;
- вартість основних засобів на людину збільшується;
- рентабельність виробничих фондів зменшується;
- починаючи з 2016 року підприємство отримує прибуток, тобто прийняті дії для виходу з кризи і покриття збитку 2015 року;
- рентабельність активів зменшується (рис.1);



Рисунок 1 – Показники рентабельності ПАТ «Городенківський сирзавод»

- виручка збільшується, а запаси зменшуються;
- збільшується товарообіг;
- готова продукція на складах на 2017 рік збільшується;
- зменшуються грошові кошти, тобто кошти вкладаються у виробництво;
- рентабельність капіталу збільшується з кожним наступним роком;
- період окупності капіталу в 2016 році зменшується, а на кінець 2017 року збільшується;
- період обороту оборотних коштів зменшується;
- дебіторська заборгованість зменшується;
- період погашення дебіторської заборгованості зменшується;
- коефіцієнт швидкої ліквідності на кінець 2017 року зменшився, тобто зменшилась кількість ліквідних оборотних коштів;
- коефіцієнт абсолютної ліквідності на кінець 2017 року зменшився на 27%.

Результати розрахунку інтегрального показника оцінки ефективності управління активами аналізованого підприємства показали, що ефективність управління як оборотними, так і необоротними активами в 2015 і 2016 році тримається на одному рівні (5 балів за 5-ти бальною шкалою), але в 2017 році незначно погіршилась (4 бали) за рахунок тимчасово негативної динаміки показників управління оборотними активами (табл. 1).

Таблиця 1 - Розрахунок інтегрального показника оцінки ефективності управління активами

Показник	Позначення	Роки		
		2015	2016	2017
1	2	3	4	5
Коефіцієнт зносу основних засобів	K_z	0,7	0,74	0,77
Фондовіддача	Φ_v	2,52	3,18	4,64
Коефіцієнт придатності основних засобів	$K_{\text{прид}}$	0,3	0,26	0,23
Рентабельність основних виробничих засобів	$P_{\text{оз}}$	0,35	0,49	0,42

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5
Інтегральний показник оцінки ефективності управління необоротними активами	$E_{на}$	2,08	2,33	2,43
Рентабельність реалізації	P_p	0,07	0,13	0,09
Середній термін погашення дебіторської заборгованості	T_d	71	42	21
Оборотність запасів	$K_{об.з}$	6,93	7,19	10,36
Середній термін погашення кредиторської заборгованості	$T_{кр}$	173,60	131,60	64,73
Інтегральний показник оцінки ефективності управління оборотними активами	$E_{оа}$	8,79	8,48	5,97
Інтегральний показник оцінки ефективності управління активами	$E_{інт}$	5	5	4

Після 2015 року, коли підприємство переживало кризу у фінансово-економічній сфері, були прийняті певні міри (придбання основних засобів виробничого призначення, зменшення основних засобів невиробничого, збільшення обсягів виробництва). Ці дії дали позитивний результат: підприємство почало отримувати прибуток, показники покращились, але на кінець 2017 року спостерігається тенденція зниження, тому потрібно розробляти і вводити певні дії в управлінні активами.

Висновки

Отже, в наш час в Україні вітчизняне молокопереробне підприємство переживає не найкращі часи і, не зважаючи на всі дії, прийняті для виходу з кризи, проблеми в управлінні активами все таки існують, тому потрібно формувати сучасну ефективну політику управління активами, яка відповідає вимогам ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Краснова В. В., Жнякін Б. О. Фінансовий менеджмент підприємства: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. - Донецьк: Альфа-прес, 2005. - 208 с.
2. Квятковська Л.А. Комплексний підхід до оцінки ефективності управління підприємством / Л.А. Квятковська, Л.Д. Воробйова // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Сер. : Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства, 2013. – №50. – С. 67–75. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vcpia_y_2013_50_15.
3. Бердар М.М. Фінанси підприємств: навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 352 с.
4. Олійник Л.В. Сучасні підходи до ефективного управління ресурсами та активами підприємства // IX Міжнародна науково-практична конференція, 12.07.2012 р.

Безсмертна Оксана Владиславівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, bezsmertnaoksana@gmail.com
Любінецька Юлія Юрійівна, студентка групи 2 МФК-2017(з), Факультет менеджменту та інформаційної безпеки, ВНТУ, м.Вінниця, julialbl31@gmail.com

Bezsmertna Oksana Vladislavivna, PhD in economics, Associate professor, business and financial activity Department, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, bezsmertnaoksana@gmail.com
Lyubinetzka Yulia Yurievna, student of group 2, IFC-2017 (with), Faculty of Management and Information Security, VNTU, Vinnytsia, julialbl31@gmail.com.

УПРАВЛІННЯ МАЙНОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Обґрунтовано теоретичні аспекти управління майновим потенціалом підприємства в сучасних умовах господарювання. Узагальнено сутність та структуру майнового потенціалу підприємства.

Ключові слова: майновий потенціал, управління майновим потенціалом, система управління, ефективний механізм управління, ресурси.

Abstract

The theoretical aspects of managing the property potential of the enterprise in the modern conditions of management are substantiated. The essence and structure of the property potential of the enterprise are generalized.

Keywords: property potential, management of property potential, management system, effective management mechanism, resources.

Вступ

Управління майновим потенціалом є однією з головних проблем функціонування будь-якого суб'єкта господарювання. Формування й ефективне використання об'єктів майнового потенціалу стає найважливішим засобом забезпечення конкурентоспроможності підприємства, прибуткової діяльності та досягнення в цілому стійкого розвитку в майбутньому.

Мета даної роботи визначити сутність та структуру майнового потенціалу, систему управління майновим потенціалом підприємства та запропонувати шляхи її вдосконалення.

Результати дослідження

Як відомо, оптимальний процес формування та використання майна забезпечує ефективне функціонування підприємства в цілому, а саме: сучасне технологічне оснащення, збільшення об'єктів діяльності за величиною і асортиментом, створення прибутку, зростання продуктивності праці персоналу, формування інвестиційно-інноваційних грошових потоків. Майнові об'єкти підприємства під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів постійно знаходяться в динаміці й розвитку, у результаті чого може відбуватися нарощення майнового потенціалу.

Денисюк О.Г. зазначає, що майновий потенціал підприємства – це сукупність можливостей майнових об'єктів, які контролюються підприємством в результаті минулих подій, функціонують у матеріальній, нематеріальній, фінансовій формах та, системно використовуючи які в господарській діяльності, підприємство очікує отримати економічні вигоди, включаючи синергетичний ефект, в майбутньому у формі чистого доходу, доданої вартості, чистого прибутку та власного капіталу [1, с. 8].

В свою чергу, майновий потенціал є складовим елементом системи економічного потенціалу, який за напрямками формується потенціалом ресурсів, господарським та вартісним потенціалами.

Майновий потенціал своєю сукупністю елементів безпосередньо впливає на господарський і вартісний потенціали: зі зростанням майнового потенціалу відбувається збільшення обсягів об'єктів господарювання та, відповідно, ринкової вартості підприємства.

Майновий потенціал підприємства забезпечує весь процес господарської діяльності на підприємстві. Відповідно до цього всі його складові елементи забезпечують відповідні стадії даного процесу. Для глибшого розуміння сутності майнового потенціалу та його складових доцільно розглянути структуру майнового потенціалу підприємства [1-5] (рис. 1).

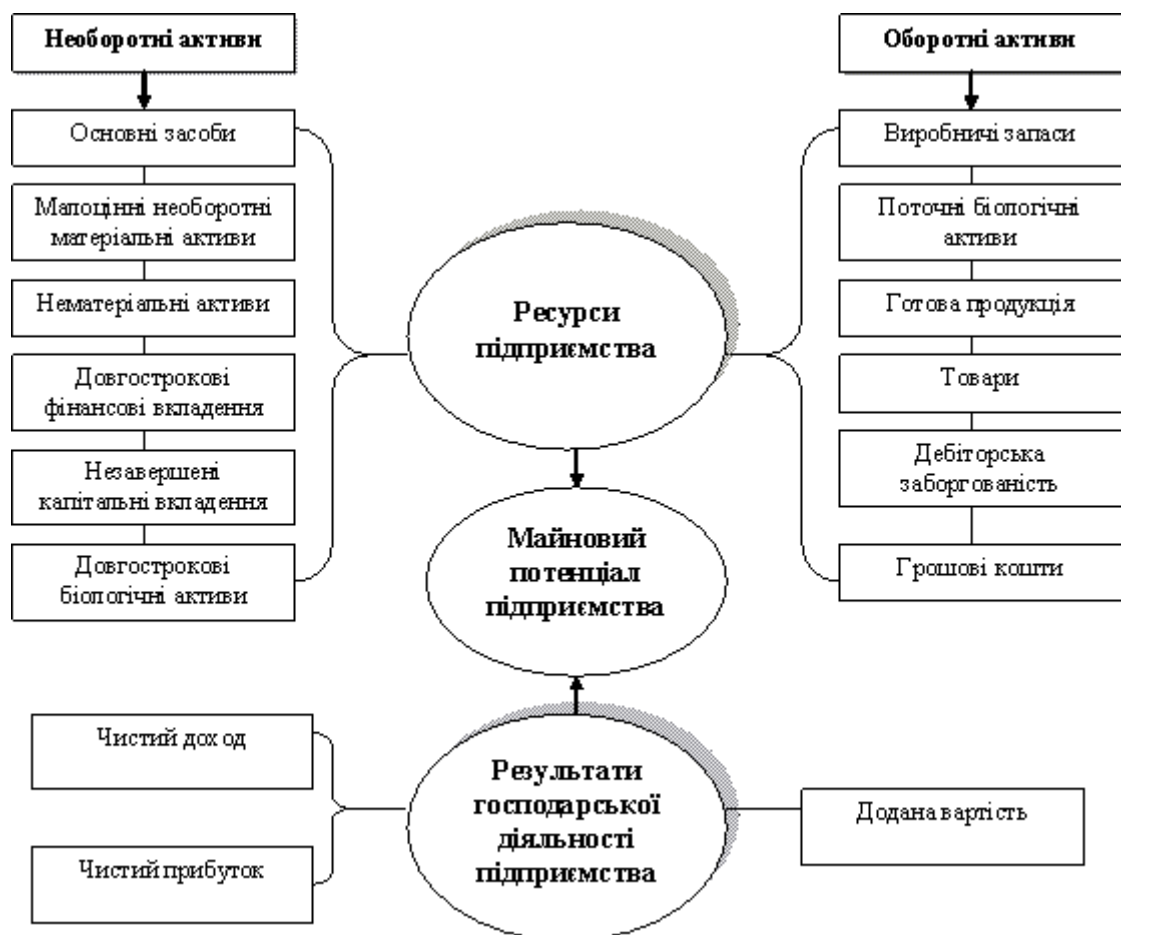


Рисунок 1 – Структура майнового потенціалу підприємства

Отже, структуру майнового потенціалу складають ресурси підприємства та результати його господарювання.

Ефективне формування та використання майнового потенціалу потребує налагодженої системи управління ним. Так, на думку автора джерела [5], систему управління майновим потенціалом можливо представити як сукупність визначених принципів, підходів, методів щодо формування та використання даного потенціалу, а також пріоритетних напрямів його розвитку.

Принципи, на яких ґрунтується система управління майновим потенціалом підприємства, є наступні: системність, обґрунтованість, комплексність, адаптивність та ін.

Системність визначає процес формування складових майнового потенціалу з метою забезпечення їх збалансованості; дотримання системності у розробці стратегії і тактики фінансування, а також в реалізації запланованих заходів через дослідження системи взаємопов'язаних та взаємоузгоджених показників, наприклад, співвідношення необоротних та оборотних активів, основних засобів та оборотних активів, власного капіталу та зобов'язань, дебіторської та кредиторської заборгованості, доходів та витрат тощо;

Обґрунтованість забезпечує формування майнового потенціалу на реалістичних показниках економічного і соціального розвитку підприємства, а також розрахунках доходів і витрат діяльності, що здійснюються відповідно до затверджених методик та правил. Основними такими показниками є: загальна вартість активів підприємства, обсяги основних засобів, оборотних активів, дебіторської заборгованості, готової продукції і товарів, власні та залучені фінансові ресурси, власні оборотні активи, чисті доходи, чистий прибуток (збиток), чиста прибутковість доходів, рентабельність, рівень використання ресурсів на 1 грн чистого доходу, операційні витрати, рівень зобов'язань на 1 грн власного капіталу, загальна платоспроможність, рівень придатності основних засобів, продуктивність праці тощо. Крім цього, сутність даного принципу полягає в тому, що методи, форми й засоби управління майном мають бути науково обґрунтовані та перевірені на практиці, що передбачає безперервний збір, обробку й аналіз науково-технічної, економічної,

правової та інших видів інформації.

Комплексність припускає наявність повного набору всіх функцій управління майном – прогнозування, програмування, планування, контролю, регулювання, обліку, організації, координування, нормування, керівництва, активації.

Прогнозування передбачає розробку прогнозу стану, розвитку та результату ефективного використання майнового потенціалу підприємства на основі наявної інформаційної бази з метою передбачення напрямів, характеру та особливостей розвитку підприємства в майбутньому.

Планування майнового потенціалу підприємства – це системний процес управління майном та його розвитком, який передбачає розробку обґрунтування цілей діяльності, визначення найкращих методів і способів їх досягнення при ефективному використанні усіх елементів, характеристик потенціалу з метою отримання оптимальних результатів діяльності, створення максимально можливого обсягу благ, які б відповідали потребам суспільства на певному етапі його розвитку [3].

Контроль (моніторинг) майна є інструментом виявлення змін, які відбуваються у процесі здійснення господарської діяльності та управлінні майновим потенціалом підприємства. Облік майна ведеться з метою отримання даних про його наявність, втрату, нестачу, рух, вартість та якісний стан, тобто про всі кількісно-якісні характеристики, які необхідні для формування та накопичення майнового потенціалу, встановлення належного контролю за умовами зберігання, доцільністю та ефективністю його використання.

Принцип адаптивності визначає інноваційність формування майнового потенціалу, який на основі даного принципу має бути гнучко пристосований до впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. У відповідності з цим, майновому потенціалу підприємства має бути характерний інноваційний тип розвитку.

Цілеспрямованість орієнтує на цілі й завдання, які на визначений момент ставить перед собою підприємство щодо формування та ефективного використання майнового потенціалу через регулювання обсягів господарювання, асортименту та якості продукції, продуктивності праці, а також забезпечення дотримання показників ефективності господарської діяльності;

Динамічність визначає необхідність систематичного залучення інвестицій для стимулювання формування та розвитку майнового потенціалу підприємства. Суб'єкти господарювання повинні слідкувати за джерелами своєчасного оновлення майна. Для пошуку найбільш ефективного варіанту залучення інвестиційних ресурсів ефективним є застосування діагностики інвестиційної привабливості підприємства та його потенціалу.

Принцип синергізму реалізується при використанні майна, на засадах господарювання, асоціаціями, корпораціями, консорціумами, концернами та іншими об'єднаннями юридичних осіб. В сучасних умовах кращий результат отримують суб'єкти господарювання, які разом займаються господарською діяльністю (створюють кластери), оскільки в такому випадку їх сукупний майновий потенціал є вищим, порівняно з їх одноосібним функціонуванням.

Принцип оптимальності передбачає, що система управління майновим потенціалом має забезпечувати підвищення ефективності господарської діяльності з обов'язковою мінімізацією витрат самої системи. Система управління майновим потенціалом не має створювати великого обсягу витрат.

Суть принципу холізму полягає в тому, що майновий потенціал буде формуватись та відтворюватись ефективно з користю для підприємства тільки за умови його синтезу з фінансовим, трудовим, природним, ресурсним, інформаційним, інвестиційно-інноваційним та іншими видами потенціалу підприємства.

Прогнозованість свідчить, що в цілях підвищення ефективності управління майновим потенціалом, а також зниження рівня витрат і позапланових втрат керівництво підприємства повинно постійно впроваджувати заходи для прогнозування виникнення певних ризиків.

Принцип зворотнього зв'язку реалізується шляхом проведення діагностики майнового потенціалу. Кінцеві результати діагностики майна можуть бути використані для майбутнього планування та розвитку потенціалу.

Принцип гнучкості передбачає, що система управління майновим потенціалом не є усталеною, а змінюється під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів і, відповідно, до цього майновий потенціал підприємства може як збільшуватись, так і зменшуватись.

Одним з першочергових завдань управління майновим потенціалом підприємства є забезпечення ефективного відтворення його основних об'єктів. Проблеми відтворення об'єктів майнового

потенціалу сьогодні актуальні як ніколи, оскільки вони не тільки морально та фізично зношені, але й їх рівень інноваційності недостатній для здійснення ефективного господарювання.

Практична дія механізму управління майновим потенціалом підприємства має ґрунтуватись на конкретних інструментах та методичних підходах, які в змозі реально забезпечити максимально повну й ефективну вибірку поточних і перспективних можливостей використання майна підприємства, тобто його потенціалу [6].

Об'єкти майнового потенціалу можливо відтворити використовуючи постійні (безповоротні), тимчасові (поворотні) джерела, а також цільові надходження та благодійні внески. Сформована система джерел відтворення об'єктів майнового потенціалу наведена на рис. 2.

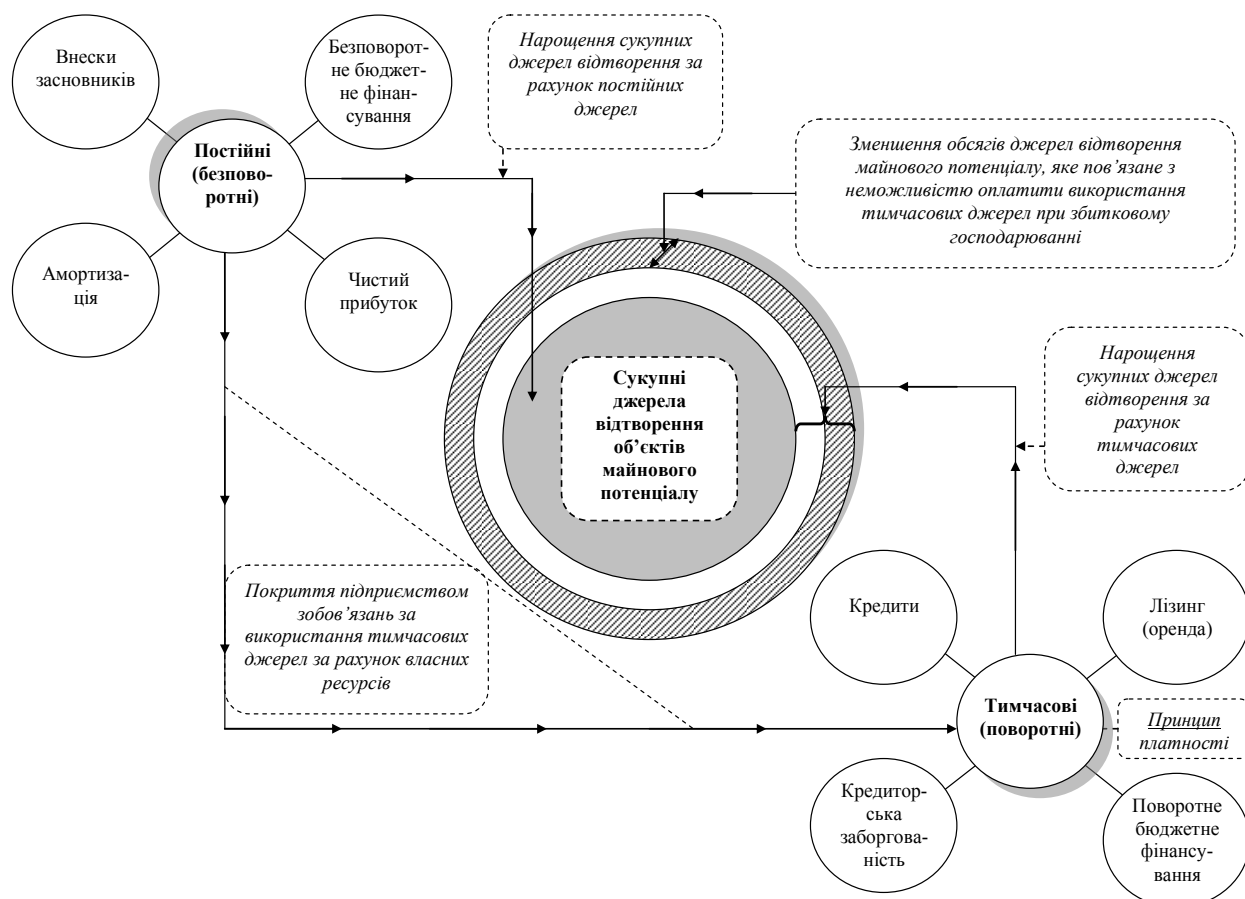


Рисунок 2 – Джерела відтворення об'єктів майнового потенціалу підприємства

Систематизовані джерела відтворення об'єктів майнового потенціалу відображено в структурі як постійні (безповоротні) та тимчасові (поворотні). До першої групи відноситься чистий прибуток, амортизація, внески засновників та безповоротне бюджетне фінансування, а до другої – кредити банків, лізинг (оренда), кредиторська заборгованість та поворотне бюджетне фінансування. При цьому, пріоритетне значення належить амортизації та кредитним ресурсам, які тимчасово залучаються до процесу господарювання підприємства. Дослідження підтверджує, що саме амортизація є вагомим внутрішнім джерелом відтворення об'єктів основних засобів.

Висновки

Отже, функціонування підприємств у ринковій економіці вимагає формування дієвого механізму управління майном, що забезпечує їх безперервний розвиток, економічне зростання та збереження фінансової незалежності. Відомо, що найважливішим елементом економічного потенціалу підприємства виступає майно у різних формах їх існування. Одночасно через склад та структуру майна, джерела їх формування розкривається майновий потенціал підприємства. Тому аналіз майнового потенціалу повинен бути спрямований на вивчення ефективності використання майна

підприємства за його складовими та оцінку впливу їх використання на зміну фінансового стану.

Таким чином, систему управління майновим потенціалом можливо представити як сукупність визначених принципів (системність, обґрунтованість, комплексність, адаптивність, цілеспрямованість, динамічність, синергізм, оптимальність, прогнозованість зворотній зв'язок гнучкість), підходів (аспектний, ситуаційний, системний, процесний, синергетичний) та методів (системний аналіз, діагностика, факторний аналіз, виробничі функції, модель Дюпона, інструменти моделювання, планування, прогнозування, графічний метод) щодо формування та використання даного потенціалу, а також повноважень органів управління підприємства.

Необхідно зазначити, що основними завданнями ефективного управління майновим потенціалом є його формування, використання та відтворення. Це зумовлює використання методів корпоративного управління до алгоритмів визначення поточних, оперативних і потенційних можливостей використання майнових ресурсів [6].

Процес ефективного формування та використання об'єктів майнового потенціалу полягає в виявленні резервів, пріоритетних напрямів підвищення рівня використання існуючих майнових потужностей господарюючої системи; розкритті можливостей існуючих і необхідних об'єктів та резервів господарювання; формуванні механізмів забезпечення ефективного використання об'єктів з метою підвищення та нарощення в цілому конкурентоспроможності господарюючої системи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Денисюк О.Г. Майновий потенціал підприємства: сутність, відтворення, управління / автореферат дисертації на здобуття наук. ст. канд. екон. Наук. – Київ, 2010. – 23 с.
2. Бойчик І.М. Економіка підприємства: навч. посібник / Бойчик І.М. – вид. 2-ге, доповн. і переробл. – К.: Атака, 2006. – 528 с
3. Экономический потенциал региона: анализ, оценка, диагностика: Монография / Тищенко А.Н., Кизим Н.А., Кубах А.И., Давыскиба Е.В. – Х.: ИД «ИДЖЕК», 2005. – 176 с.
4. Денисюк О. Г. Амортизація як джерело відтворення майнового потенціалу підприємства / О. Г. Денисюк // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2007. – № 3 (41). – С. 155 – 165.
5. Денисюк О. Г. Система управління майновим потенціалом підприємства / О. Г. Денисюк // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2008. – № 1 (43). – С. 162 – 171.
6. Сидоренко-Мельник Г.М., Богиня І.В. // Механізм управління майновим потенціалом підприємства / / Г. М. Сидоренко-Мельник, І. В. Богиня // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки. - 2016. - № 4. - С. 79-86. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2016_4_12

Краєвська Алла Станіславівна — канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва і фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет

Alla S. Krajevska — Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті здійснено аналіз основних засад фінансової стійкості підприємства. Визначено провідні методичні підходи до управління фінансовою стійкістю підприємства, зроблено огляд теоретичних підходів до визначення терміну «фінансова стійкість», узагальнено новий теоретичний супровід фінансової стійкості підприємства.

Ключові слова: фінансова стійкість підприємства, управління фінансовою стійкістю, механізм управління, ефективність діяльності, збалансованість, платоспроможність, система показників, критерії оцінки, складові фінансової стійкості, стабільний розвиток.

Abstract

The article analyzes the basic principles of financial sustainability of the enterprise. The leading methodical approaches to management of financial stability of the enterprise are determined, an overview of the theoretical approaches to the definition of the term "financial stability" is made, a new theoretical support of the financial stability of the enterprise is summarized.

Keywords: financial stability of the enterprise, financial sustainability management, management mechanism, performance, balance, solvency, indicator system, evaluation criteria, components of financial stability, stable development.

Вступ

У ринковій економіці фінансова стійкість підприємства є головною умовою життєдіяльності та основою стабільності стану підприємства. Під фінансовою стійкістю підприємства розуміють властивість підприємства, яка відображає в процесі взаємодії зовнішніх та внутрішніх факторів впливу досягнення стану фінансової рівноваги і здатність не лише утримувати на відповідному рівні протягом деякого часу основні характеристики діяльності підприємства, але й функціонувати та розвиватися. Одним з визначених завдань сьогодні є забезпечення відносної фінансової рівноваги підприємства в процесі його розвитку. Така рівновага характеризується високим рівнем фінансової стійкості та платоспроможності підприємства і забезпечується формуванням раціональної структури майна та капіталу, ефективними пропорціями в обсягах формування фінансових ресурсів за рахунок різних джерел, достатнім рівнем самофінансування інвестиційних потреб.

Результати досліджень

В науковій літературі поняття «стійкість» ототожнюється з такими поняттями, як «сталість» (незмінність, постійність) та «стабільність» (забезпечення сталості). Фінансова стійкість (ФС) сучасних економічних систем постає як неоднозначна та багатофакторна фінансово-економічна категорія. Розглядати її зазвичай вважається найбільш об'єктивним з різних позицій, передусім як базисне поняття в управлінні підприємством. Переважно фінансова стійкість взаємопов'язаним чином зіставляється із сукупним ресурсним потенціалом підприємства, але таке ґрунтовне дослідження фінансової стійкості потребує чіткого й однозначного категоріального апарату для розкриття цього різновекторного поняття. Незаперечним є той факт, що фінансова стійкість підприємства є базисом функціонування економічних систем за умов нестабільності економічних процесів, невизначеності та динамічності економічного середовища.

Щодо визначення економічної природи такого поняття, як фінансова стійкість, то існує безліч точок зору, що мають або спільні риси, або суттєві відмінності. У зв'язку з цим наявні трактування цього поняття вимагають систематизації та уточнення. Дослідження наявних в економічній літературі характеристик і визначень фінансової стійкості представлене в таблиці 1, що дає підстави для висновку про суттєві розбіжності та недоліки у відтворенні сутності фінансової стійкості підприємства [1].

Таблиця 1 - Визначення поняття «фінансова стійкість підприємства» в економічних літературних джерелах різними авторами

Автор	Поняття	Ключові слова
М.Я. Коробов [2, с. 354]	«Якщо параметри діяльності підприємства відповідають критеріям позитивної характеристики фінансового стану, говорять про фінансову стійкість підприємства, фінансова стійкість формується під впливом рентабельності діяльності. Якщо підприємство збиткове, малорентабельне, якщо величина прибутку падає, говорити про задовільний фінансовий стан, фінансову стійкість не доводиться».	Позитивна характеристика фінансового стану.
Г.В. Савицька [3, с. 619]	«Здатність суб'єкта господарювання функціонувати та розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів та пасивів в мінливому внутрішньому та зовнішньому середовищі, яка гарантує його постійну платоспроможність та інвестиційну привабливість в межах допустимого рівня ризику».	Здатність функціонувати та розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів та пасивів.
Н.А. Мамонтова [4]	«Економічний стан підприємства, за якого забезпечуються стабільна фінансова діяльність, постійне перевищення доходів над витратами, вільний обіг грошових коштів, ефективне управління фінансовими ресурсами, безперервний процес виробництва та реалізації продукції, розширення та оновлення виробництва»; «свідчить про забезпеченість підприємства власними фінансовими ресурсами, рівень їх використання, напрями розміщення».	Економічний стан, за якого забезпечується стабільна фінансова діяльність. Забезпеченість власними фінансовими ресурсами.
А.В. Лісовий [5, с. 96]	«Дослідження здатності мобілізувати фінансові ресурси та використання їх у напрямі, який забезпечить економічне зростання».	Здатність мобілізувати фінансові ресурси.
Л.О. Ващенко [6]	«Це один із фінансових станів підприємства, що стає можливим лише за наявності конкретних видів, кількості та якості ресурсів, які є необхідними та достатніми для досягнення поставленої мети».	Фінансовий стан, що є необхідним та достатнім для досягнення поставленої мети.
Т.М. Белікова [7]	«Це відсутність дебіторських і кредиторських заборгованостей, своєчасний розрахунок за своїми зобов'язаннями та використання виключно власних коштів для примноження активів установи».	Відсутність заборгованостей.
В.І. Куцик, Н.В. Борисенко [8, с. 277]	Фінансова стійкість визначається як певне співвідношення величини: структури та складу активів, зобов'язань і власного капіталу, а також зазначається, що «стійке фінансове становище формується в процесі всієї виробничо-господарської або комерційної діяльності підприємства».	Певне співвідношення величини.
О.М. Тридід [9, с. 16]	«Відмінними рисами визначення цього поняття від наявних є врахування руху капіталу; зважування на необхідність та достатність адаптації фінансово стійкого підприємства до простору і часу».	Врахування руху капіталу. Адаптація до простору і часу.

Продовження таблиці 1

Автор	Поняття

Трактування [1]	Фінансова стійкість підприємства – це властивість підприємства, яка відображає в процесі взаємодії зовнішніх і внутрішніх факторів впливу досягнення стану фінансової рівноваги і здатність не лише утримувати на відповідному рівні протягом деякого часу основні характеристики діяльності підприємства, але й функціонувати та розвиватися.

Підсумовуючи різні тлумачення суті фінансової стійкості, можна стверджувати, що фінансова стійкість – це узагальнювальна якісна оцінка фінансового стану суб'єкта господарювання, яка відображає основні тенденції зміни фінансових відносин під впливом найрізноманітніших чинників, як внутрішніх, так і зовнішніх, і виражається в кредитно- та платоспроможності підприємства, а також у постійному зростанні прибутку й капіталу при мінімальному ризикові[15].

Оцінюючи фінансову стійкість, вивчимо рівень ефективності розвитку діяльності підприємства за співвідношенням темпів зміни показників наявності активів, їх окремих елементів та результативних ознак господарювання. Зокрема, процеси і явища, які формують розвиток діяльності підприємства й дають можливість оцінити його фінансову стійкість, визначаються такою системою показників, як середньорічна вартість активів (ТА), основних засобів і нематеріальних активів (ТО) та власного капіталу (ТК), а також інтервальними річними показниками чистого доходу (ТЧ), доданої вартості (ТД) і чистого прибутку (ТП).

Про ефективність розвитку діяльності підприємства й поліпшення його фінансової стійкості може свідчити така пропорція: $100\% < ТА < ТО < ТК < ТЧ < ТД < ТП$. Перша нерівність ($100\% < ТА$) показує, що підприємство нарощує вкладення фінансових ресурсів і розміщення їх в активах задля збільшення обсягів господарської діяльності. Можна стверджувати, що саме рівень розвитку й динамізм інвестиційних процесів формують у сучасних умовах стратегічну основу сталого економічного зростання. Фінансова стійкість підприємства зазнає впливу багатьох чинників.

Інформаційний опис фінансової стійкості підприємства здійснюється на основі застосування системи бухгалтерського обліку на підприємстві. Головними інструментами оцінювання фінансової стійкості підприємства є фінансові показники (коефіцієнти), які мають причинно-наслідковий зв'язок з результативним узагальнюючим показником, загалом виділено 32 показники фінансової стійкості підприємства (таблиця 2).

Таблиця 2 - Показники фінансової стійкості підприємства [1]

Показники, одиниця виміру	Зміст показника
Частка активної частини основних засобів, %	Зростання цього показника в динаміці розцінюється як сприятлива тенденція.
Коефіцієнт зносу активної частини основних засобів, %	Збільшення значення цього показника свідчить про зношення активної частини основних засобів.
Співвідношення суми основних засобів основної діяльності до суми основних засобів загалом станом на кінець року, %	Показує, яку частину усіх основних засобів займають основні засоби основної діяльності; зростання показника свідчить про збільшення інвестицій в основну діяльність.
Ступінь придатності основних засобів у межах нормативного строку служби, %	Збільшення значення цього показника свідчить про зношення основних фондів підприємства.
Маневреність власних оборотних засобів	Для нормального функціонування підприємства цей показник змінюється в межах від 0 до 1.
Коефіцієнт поточної (загальної) ліквідності	Зростання розцінюється як сприятлива тенденція, граничне значення становить 1,5.
Коефіцієнт абсолютної ліквідності (платоспроможності)	Показує, яка частина короткострокових зобов'язань може бути погашена негайно, найжорсткіший критерій ліквідності, граничне значення становить 0,1–0,2.
Частка оборотних коштів в активах, %	Показує, яку частину в активах підприємства займають оборотні кошти.
Частка власних оборотних коштів в їх загальній сумі, %	Показує, яку частину становлять власні оборотні кошти в загальному обсязі оборотних коштів підприємства.
Частка власних оборотних коштів у покритті запасів, %	Рекомендована нижня межа цього показника становить 50 відсотків.
Частка запасів в оборотних активах, %	Показує, яку частину в оборотних активах підприємства становлять запаси.
Коефіцієнт покриття запасів	Якщо значення цього показника менше 1, то поточний фінансовий стан підприємства розглядається як нестійкий.
Коефіцієнт покриття	Нормативне значення має перевищувати 1.
Коефіцієнт фінансової автономії	Критичне значення становить 0,5; збільшення значення цього показника або зростання показника свідчить про припинення фінансової залежності підприємства від позикових коштів.

Продовження таблиці 2

Показники, одиниця виміру	Зміст показника

Коефіцієнт маневреності власного капіталу	Значення цього показника залежить від структури капіталу та галузевої належності підприємства. Для того щоб зробити висновок, необхідно порівняти значення цього показника із загальногалузевим розміром.
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	Показує, яку частину в балансі підприємства займає позиковий капітал.
Коефіцієнт структури довгострокових вкладень	Показує, яка частина основних засобів та інших необоротних активів фінансується зовнішніми інвесторами. Збільшення значення цього показника в динаміці свідчить про зростання залежності підприємства від зовнішніх інвесторів.
Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів	Зростання цього показника в динаміці є негативною тенденцією, яка свідчить про залежність від фінансування ззовні.
Коефіцієнт структури позикового капіталу	Показує, яку частину в позиковому капіталі підприємства становлять довгострокові пасиви.
Коефіцієнт співвідношення позикових та власних коштів	Збільшення значення цього показника свідчить про зниження фінансової стійкості, та навпаки.
Коефіцієнт забезпечення власними засобами	Зростання цього показника забезпечує для неплатоспроможного підприємства можливість використання позасудових заходів відновлення плато-спроможності; граничне значення становить 0,1.
Фондовіддача, грн./грн.	Значення показника залежить від галузевих особливостей підприємства.
Оборотність коштів у розрахунках, оборотів	Зростання цього показника є сприятливою тенденцією для підприємства.
Оборотність запасів, оборотів	Зростання цього показника є сприятливою тенденцією для підприємства.
Коефіцієнт погашення дебіторської заборгованості	Зменшення значення показника вважається сприятливою тенденцією для підприємства.
Оборотність власного капіталу, оборотів	Збільшення значення цього показника є сприятливою тенденцією для підприємства.
Оборотність сукупного капіталу, оборотів	Збільшення значення цього показника є сприятливою тенденцією для підприємства.
Коефіцієнт стійкості економічного росту	Показує, якими в середньому темпами може розвиватися підприємство в майбутньому.
Рентабельність продукції, %	Збільшення значення показників рентабельності вважається сприятливою тенденцією для підприємства.
Рентабельність активів, %	
Рентабельність сукупного капіталу, %	
Рентабельність власного капіталу, %	

Показники та індикатори фінансової стійкості, характеризуючи результат поточного, інвестиційного та фінансового розвитку підприємства, є важливим інформаційним полем для інвесторів та кредиторів щодо здатності виконувати свої зобов'язання. Формування фінансової рівноваги та підтримання належної платоспроможності у сучасних ринкових умовах демонструє спроможність підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища та передумови нарощувати свій економічний потенціал.

Актуальним напрямом сталого функціонування суб'єктів господарювання є розробка дієвого механізму управління фінансовою стійкістю підприємства.

Механізм забезпечення фінансової стійкості слід визначити як систему форм, методів, прийомів, важелів, норм і нормативів, а також нормативно-правового, інформаційного, програмно-технічного та кадрового забезпечення, за допомогою яких на підприємстві досягається такий стан фінансових ресурсів, їх формування, розподілу та використання, що дозволяє підприємству розвиватися на основі зростання прибутку та капіталу при збереженні платоспроможності та кредитоспроможності в умовах допустимого рівня ризику [11].

Механізм управління фінансовою стійкістю підприємства є частиною загальної системи управління підприємством, що забезпечує вплив на чинники, від яких залежить загальний результат діяльності суб'єкта господарювання (рис. 1). Процес формування механізму управління фінансовою стійкістю підприємства можна представити у вигляді послідовності пов'язаних між собою етапів (рис. 2). Спільним для кожного етапу розробки механізму управління фінансовою стійкістю є використання інструментів управління фінансовою стійкістю підприємства.

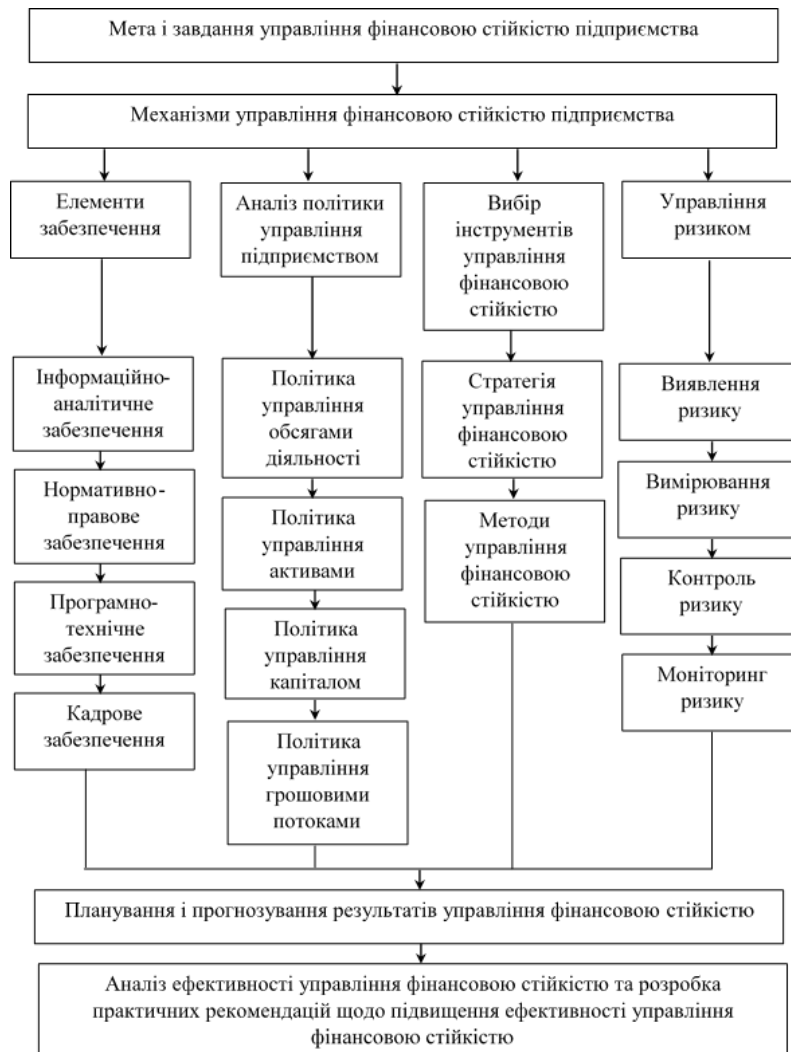


Рисунок 1 – Основні складові механізму управління фінансовою стійкістю підприємства [10]

Сьогодні на підприємствах промисловості однією з головних проблем є відсутність цілісної стратегії, спрямованої на забезпечення стійкості фінансової і господарської діяльності підприємства та стійкого розвитку у перспективі. Процес реалізації визначеної головної мети механізму забезпечення фінансової стійкості підприємств повинен бути спрямований на вирішення основних цілей та задач (табл. 3). Таким чином, використання системи управління за цілями дозволяє фінансовому менеджменту більш ефективно розпізнавати наявні проблеми та розробляти заходи щодо їх усунення. Запропонована система цілей охоплює весь спектр проблем, пов'язаних з управлінням фінансовою стійкістю по суті, оскільки як виявлено раніше управління нею полягає не тільки в оптимізації структури фінансових ресурсів, але й має забезпечити довгострокову ефективність використання наявних та потенційних ресурсів [10].

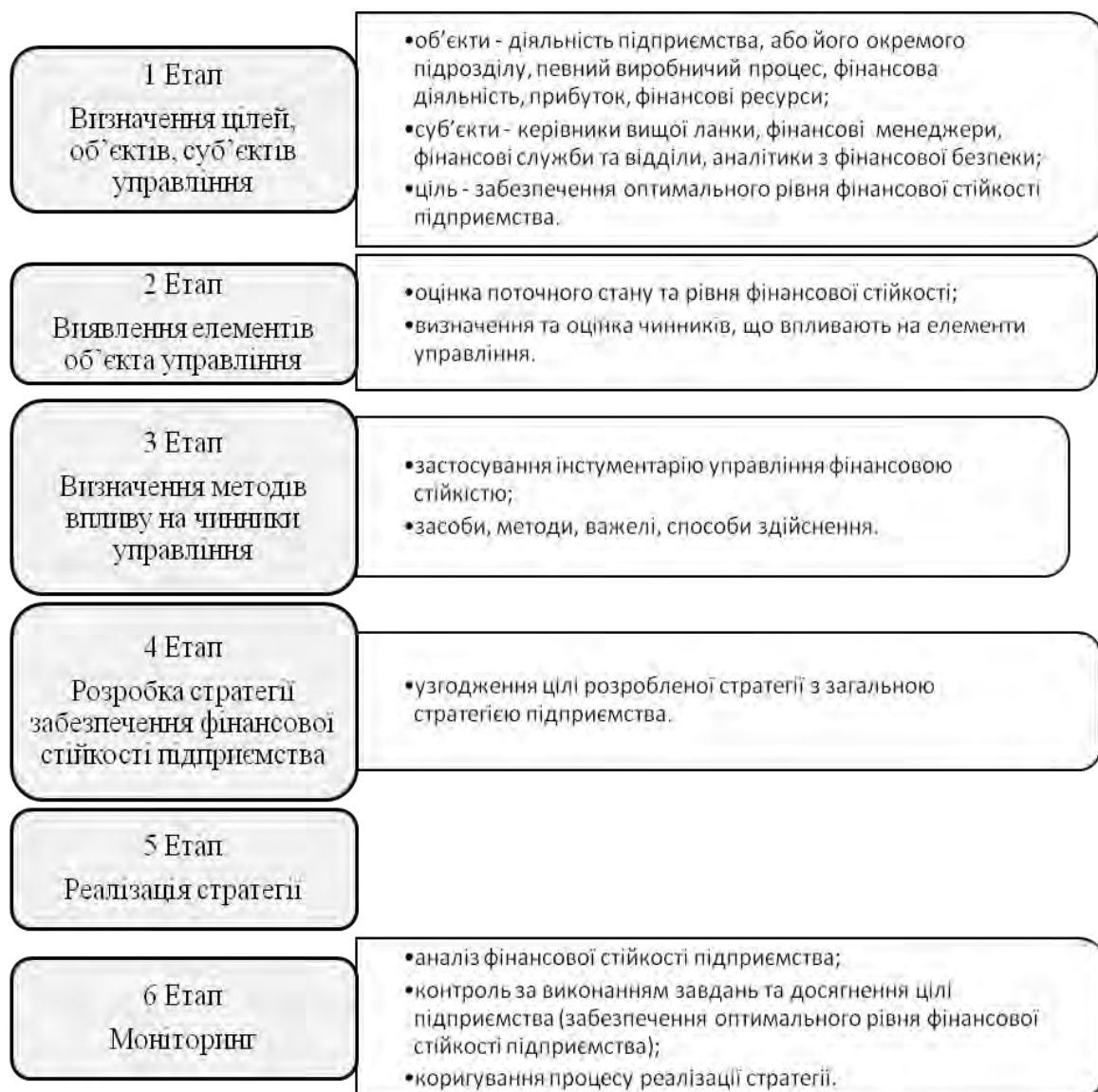


Рисунок 2 - Послідовність етапів розробки механізму управління фінансовою стійкістю підприємства [10, 11, 12]

Таблиця 3 - Цілі та завдання управління фінансовою стійкістю підприємства [10, 13, 14]

Тип цілі за пріоритетністю		Показники оцінки міри виконання цілі
Основна	Допоміжна	
Збалансованість активів та пасивів	Достатність власного капіталу	Наявність та обсяг власного оборотного капіталу, величина власних та притриманих до них оборотних активів, рівень забезпеченості власними оборотними активами господарської діяльності.
	Гнучка структура капіталу	Рівень маневреності власних оборотних активів, рівень поточної забезпеченості господарської діяльності оборотними активами.
	Організація руху капіталу	Швидкість обороту поточних зобов'язань, в т.ч. кредиторської заборгованості з оплати праці та перед бюджетом, тривалість руху обороту сукупного капіталу.
	Забезпеченість власного капіталу для фінансування оборотних активів	Рівень поточної забезпеченості господарської діяльності оборотними активами, рівень забезпеченості власними оборотними активами господарської діяльності, коефіцієнти завантаження оборотних коштів, обсяг надлишку (нестачі) робочого, функціонуючого капіталу та загальних джерел формування запасів.

Тип цілі за пріоритетністю		Показники оцінки міри виконання цілі
Основна	Допоміжна	
Збалансованість доходів і витрат	Достатній рівень рентабельності	Рентабельність сукупного капіталу, чиста рентабельність власного капіталу, визначення факторів впливу на рентабельність власного капіталу за моделлю фірми Du Pont.
	Зміна структури витрато-місткості господарського процесу	Витратомісткість продукції, матеріало- та трудомісткість продукції, частка напівфабрикатів та імпортової складової в вартості готової продукції.
	Збільшення обсягу товарообороту	Обсяг валової, готової, товарної та реалізованої продукції, тривалість операційного та фінансового циклів.
Збалансованість грошових потоків	Забезпечення платоспроможності та самофінансування	Поточна платоспроможність, коефіцієнт втрати (відновлення) платоспроможності, коефіцієнти поточної, швидкої та миттєвої ліквідності.
	Зниження дебіторської заборгованості	Оптимальний розмір дебіторської заборгованості, середній період інкасації дебіторської заборгованості та «вік» простроченої заборгованості.
	Забезпечення кредитоспроможності	Коефіцієнти обслуговування фінансового боргу, показник достатності грошового потоку, коефіцієнти стійкого та внутрішнього економічного зростання.

Висновки

Отже, фінансова стійкість є однією з найважливіших характеристик фінансово-економічної діяльності підприємства в умовах ринкової економіки. Якщо підприємство фінансово стійке, то воно має перевагу перед іншими підприємствами того ж профілю в залученні інвестицій, в одержанні кредитів, у виборі постачальників і в підборі кваліфікованих кадрів. Нарешті, воно не вступає в конфлікт із державою і суспільством, тому що виплачує вчасно податки в бюджет, внески в соціальні фонди, заробітну плату, а банкам гарантує повернення кредитів і сплату відсотків по них. Таким чином, наведена послідовність етапів реалізації механізму управління фінансовою стійкістю є ефективною та може застосовуватись у реальних умовах господарювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Косарева І.П., Удовика Є.М. Удосконалення системи управління фінансовою стійкістю підприємств / І. П. Косарева, Є. М. Удовика // Глобальні та національні проблеми економіки (електронне наукове видання). - 2018. - № 23. - С. 246-251. - Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/23-2018/48.pdf>.
2. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: навч. посіб. Київ: Знання, 2000. 378 с.
3. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. Минск: Новое знание, 2002. 704 с.
4. Мамонтова Н.А. Фінансова стійкість акціонерних підприємств і методи її забезпечення (на прикладі підприємств харчової промисловості): автореф. дис. ... канд. екон. наук; Інститут економічного прогнозування НАН України. Київ, 2001. 17 с.
5. Лісовий А.В., Чуницька І.І. Аналіз фінансових ресурсів як базис формування фінансового потенціалу. Бізнес-Навіга-тор. 2010. Спецвип. 21. С.96–101.
6. Ващенко Л.О. Інформаційне та методичне забезпечення аналізу фінансового стану підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.06.04 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит»; Державна академія статистики, обліку та аудиту Держкомстату України, 2005. 20 с.
7. Белікова Т.В. Оцінка фінансового стану підприємств побутового обслуговування: автореф. дис. канд. екон. наук: спец. 08.07.05 «Економіка торгівлі та послуг»; Харківський державний університет харчування та торгівлі, 2006. 20 с.

8. Куцик В.І., Борисенко Н.В. Суть і аналіз фінансово-економічного стану підприємства в сучасних умовах. Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.-техн. праць. Вип. 19.13. Львів: РВВ НЛТУ України, 2009. С. 274–278.
9. Тридід О.М., Орехова К.В. Оцінювання фінансової стійкості підприємства: монографія. Київ: вид-во Університету БС НБ України, 2010. 143 с.
10. Косарева І. П. Механізм управління фінансовою стійкістю підприємства / І. П. Косарева, А. С. Бут // Молодий вчений. - 2017. - № 4. - С. 678-682. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_4_160.
11. Притуляк Н. М. Ознаки фінансової стійкості – теоретична основа моделювання факторних систем / Н. М. Притуляк // Економіка. Фінанси. Право. – 2013. – № 1. – С. 26-31.
12. Решитнякова А. В., Щербань О. Д. Управління фінансовою стійкістю підприємства // ББК 65.261 (4 укр). – 2016. – С. 139.
13. Докієнко Л. М. Управління фінансовою стійкістю підприємств торгівлі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.07.05 – Економіка торгівлі та послуг / Л. М. Докієнко. – Київ, 2015. – 23 с.
14. Єлецьких С. Я. Удосконалення процесу управління фінансово стійким розвитком промислового підприємства / С. Я. Єлецьких // Економіка промисловості. – 2012. – № 3-4(59-60). – С. 74-80.
15. Стрішенець О. Аналітичний огляд фінансової стійкості підприємства / О. Стрішенець // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. - 2018. - № 3 (РОЗДІЛ III. Економіка та управління підприємствами). - С. 58-65. - Режим доступу: <https://echas.eunu.edu.ua/index.php/echas/article/view/367/313>.

Шаховал Анна Сергіївна - студентка заочної форми навчання, групи 2МФК-17м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, місто Вінниця, e-mail: annpankevich@gmail.com

Науковий керівник: **Краєвська Алла Станіславівна** - кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, місто Вінниця

Shakhoval Anna - student of the correspondence training group 2МФК-17м, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, city Vinnytsia, e-mail: annpankevich@gmail.com

Scientific supervisor: **Kraevska Alla** - Cand. Sc. (Econ.), Associate Professor of the Department of Entrepreneurship and Financial Activities, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ВІННИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

¹ Вінницький національний технічний університет;

² Департамент соціальної та молодіжної політики Вінницької облдержадміністрації

Анотація

Розглянуто молодіжне підприємництво як елемент підвищення рівня зайнятості молоді, можливість створення нових робочих місць. Проаналізовано проблеми та перспективи розвитку молодіжного підприємництва.

Ключові слова: молодіжне підприємництво, молодь, зайнятість, органи державної влади.

Abstract

Youth entrepreneurship is considered as an element of raising the level of youth employment, the possibility of creating new jobs. The problems and perspectives of youth entrepreneurship development are analyzed.

Keywords: youth entrepreneurship, youth, employment, state authorities.

Вступ

Однією із найважливіших функцій молодіжного підприємництва є те, що воно може стати тією суспільною силою, економічні інтереси якої повністю збігаються з інтересами регіону й держави. Саме молоді підприємці зацікавлені у створенні здорового, цивілізованого економічного середовища, заснованого на здоровій конкуренції й можливості максимально реалізувати свій творчий потенціал, досягти фінансової незалежності.

Результати дослідження

У розвинених країнах світу здійснюється формування і підтримка класу підприємців, які обумовлюють економічне зростання. Так, у Франції, за даними дослідження, майже 24% 16–19-річних підлітків мріють стати підприємцями, але вони висловлюють реалістичну оцінку природи ринку праці, мають уявлення про підприємництво як про важку роботу, а не про «битву» або гру; лише 16% опитаних вважають, що почати свою справу буде легко [1, с. 20].

На відміну від українських підлітків, у яких підприємництво асоціюється зі швидкою «роботою грошей», французи розглядають його як звичайну економічну діяльність. В теорії і практиці управління поняття «підприємницька культура» розглядається як рівень опанування людиною в процесі виховання й самовиховання стійких і стабільних ціннісних орієнтацій, морально-етичних принципів, відповідних знань, умінь і навичок.

Дослідження американського ученого Д. Беча свідчать, що дрібне підприємництво – головна рушійна сила економічного зростання США, де 37% зайнятого чоловічого населення і приблизно половина працюючих жінок мають в намірах відкрити свій бізнес [1, с. 21].

Сучасна українська молодь має набагато більше можливостей для реалізації своїх амбіцій, ніж їхні батьки за часів радянської влади, зокрема щодо розвитку молодіжного підприємництва. Погоджуємось з автором К.С. Піддубною [1], що підприємництво може стати початком ділової кар'єри молодих людей в умовах соціально-економічної кризи і напруженості на ринку праці. Сьогодні для суспільства небезпечною є не сама проблема безробіття, а недосконалість механізму попередження його негативних наслідків, особливо для молоді на початку трудового життя. У такій ситуації створення сприятливих умов для розвитку молодіжного підприємництва та реалізації підприємницького потенціалу молоді дасть відповідний економічний і соціальний ефект.

Статистичні дані свідчать, що найбільше труднощів із працевлаштуванням виникає у молоді до 24 років, а саме в цьому віці більшість молодих людей шукає роботу вперше. Молодь знаходиться

у замкненому колі “важко знайти роботу, бо немає досвіду – немає досвіду, бо важко знайти роботу”. Тому забезпечення реальних умов для її трудового старту повинне стати пріоритетним напрямом державної молодіжної політики.

Деякі кроки з формування та реалізації державної молодіжної політики зроблено. Так, статтею 7 Закону України “Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні” [2] передбачено, що “держава забезпечує працевдатній молоді надання першого робочого місця на строк не менше двох років після закінчення або припинення навчання у загальноосвітніх, професійно-технічних і вищих навчальних закладах, завершення професійної підготовки і перепідготовки, а також після звільнення зі строкової військової або альтернативної (невійськової) служби”. В цій же статті вказано, що держава гарантує надання роботи за фахом на період не менше трьох років молодим спеціалістам – випускникам державних ПТНЗ та ВНЗ, потреба в яких була визначена державним замовленням. Проте реальні статистичні дані вказують на те, що ці норми закону є здебільшого недієвими.

У нинішніх ринкових умовах держава не управляє стовідсотково попитом і пропозицією робочої сили, як це було за планової економіки. Незважаючи на норми закону, “держава фактично зняла з себе повноваження щодо захисту молоді та забезпечення робочим місцем молодих спеціалістів, перекидаючи відповідальність на роботодавця або навчальний заклад» [3]. При цьому керівництво ВНЗ у разі нестачі наявних робочих місць ставить перед випускниками, що навчалися за бюджетні кошти, задачу працевлаштуватись самостійно та принести відповідну довідку щодо працевлаштування. Однак здебільшого такі довідки виявляються фіктивними.

Молоді громадяни мають право звернутися до центру зайнятості, де вони можуть одержати безкоштовну інформацію та консультацію, пройти професійну підготовку і перепідготовку. Слід відмітити, що Державна служба зайнятості надає інформацію про наявність вільних робочих місць не тільки безпосередньо молоді, але і місцевим органам виконавчої влади, органам місцевого самоврядування, молодіжним центрам праці, центрам соціальних служб для сім’ї, дітей та молоді.

Держава сприяє створенню молодіжних центрів праці, а також молодіжних громадських організацій (агентств, бірж, бюро тощо) для забезпечення працевлаштування молоді, реалізації програм професійного навчання молоді тощо. Метою діяльності молодіжних центрів праці є вирішення питань працевлаштування молоді, забезпечення її зайнятості у вільний від навчання час, сприяння розвитку молодіжних ініціатив у трудовій сфері, перепідготовка та підвищення кваліфікації молоді [4].

Стримуючим фактором розвитку молодіжного підприємництва є його недостатня підтримка та фінансування з боку влади, райдержадміністрацій, бізнесу та об’єднаних територіальних громад. Так, протягом 2016-2018 років обсяг фінансування розвитку молодіжної політики згідно програми «Молодь України» зросла лише на 140 тис. грн. (6,7 %), при цьому кількість проведених заходів скоротилась на 41,3%, а кількість учасників на 58,7 % (табл. 1).

Таблиця 1 – Реалізація програми «Молодь України» у Вінницькій області

Значення показника	Роки			Відхилення 2018/2016	
	2016	2017	2018	абсолютне	відносне, %
кількість заходів план, одиниць	94	68	58	-36	-38,3
кількість заходів факт, одиниць	92	65	54	-38	-41,3
кількість учасників план, осіб	72758	52878	73720	962	1,3
кількість учасників факт, осіб	54971	43721	22710	-32261	-58,7
обсяг фінансування відповідно до програми МУ, грн	2 037 100	2 083 700	2 389 950	352 850	17,3
обсяг фінансування відповідно до місцевих бюджетів (план), грн	2 037 100	2 083 700	2 391 900	354 800	17,4
фактично використано, грн	2 004 500	2 000 000	2 140 000	135 500	6,7

Примітка: складено за матеріалами Департаменту соціальної та молодіжної політики Вінницької облдержадміністрації

Також одним із найважливіших чинників для молодої людини - це здобуття якісної освіти в закладах вищої освіти та можливість отримувати максимум практичних навичок вже з перших років

навчання, що буде гарним фундаментом для молодіжного підприємництва. Одним з новітніх підходів у сфері вищої освіти є концепція дуальної освіти, яка передбачає просторове і часове поєднання навчання у навчальному закладі та стажування на підприємствах за принципом 50/50. Така форма навчання сприяє більшій інтеграції освіти, науки і бізнесу та є широко розповсюджена у Німеччині, Австрії, Швейцарії. Згідно з дуальним принципом навчання, студенти під час стажування на підприємствах складають кваліфікаційні іспити, а фахівці, що працюють на підприємствах, беруть активну участь у формуванні переліку дисциплін та змісту і структури навчальних програм у ВНЗ. Вдосконалення також потребує система написання та використання результатів наукових досліджень, випускних робіт студентів. Такі дослідження мають виконуватись не лише на базі реальних даних, а й на реально замовлення підприємств та установ або на реальний запит ринку, що сприятиме мотивації студентів та розширенню можливостей працевлаштування та відкриття власної справи.

Висновки

В нашій країні існує потреба розвитку молодіжного підприємництва як одного із шляхів розв'язання питання безробіття серед молоді, створення додаткових робочих місць. Вагомим чинником удосконалення механізму підтримки молодіжного підприємництва є взаємодія чотирьох сторін «молодь – влада – бізнес – громада».

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Піддубна К.С. Роль бізнесової освіти в розвитку молодіжного підприємництва / К.С. Піддубна // Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент : збірник наукових праць / Ред. кол. : Євтух В. Б. (гол. ред.). – Київ : Фенікс, 2013. – Вип. 13. – с. 19-33.
2. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні : Закон України № 2998-ХІІ від 5 лютого 1993 року. - Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2998-12>.
3. Семенова Д. Щодо регулювання надання першого робочого місця в Законі України “Про зайнятість населення” : аналіт. зап. / Д. Семенова, О. Пишуліна // Національний інститут стратегічних досліджень при Президенті України. — Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/932/>
4. Про затвердження Типового положення про молодіжний центр праці : Постанова Кабінету Міністрів України No 40 від 24.01.2001 р. — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-2001-%D0%BF>.

Тетяна Миколаївна Білоконь — канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, e-mail: tm.bilokon@gmail.com

Кобися Микола Володимирович — головний спеціаліст відділу молодіжної політики та взаємодії з громадськими організаціями департаменту соціальної та молодіжної політики Вінницької обласної державної адміністрації, студент групи 2МФК-17м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, e-mail: mkobysya@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

Mykola V. Kobysia — Chief Specialist, Department of Social and Youth Policy of Vinnytsia Oblast State Administration, student of the Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ У СУЧАСНОМУ МАРКЕТИНГУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито сутність та значення управління комунікаціями у сучасному маркетингу. Систематизовано види маркетингової інформації за різними ознаками. Визначено перспективи використання інтегрованих маркетингових комунікацій.

Ключові слова: маркетинг, управління, комунікації, маркетингові комунікації, підприємства, інформаційні системи.

Abstract

The essence and importance of communication management in modern marketing are revealed. The types of marketing information on various grounds are systematized. The prospects of using integrated marketing communications are determined.

Keywords: marketing, management, communications, marketing communications, enterprises, information systems.

Вступ

Сучасний діловий світ неможливо уявити без комунікацій. По мірі розвитку технологій постійно вдосконалюється мережа інтернет-комунікацій і створюються нові можливості для обміну інформацією, колаборації та більш ефективної взаємодії суб'єктів ділових відносин. Маркетинг є однією з найбільш зацікавлених у розвитку комунікацій сфер діяльності, оскільки маркетингова діяльність напряму пов'язана із спілкуванням з основними контрагентами підприємства – реальними та потенційними споживачами, замовниками, постачальниками, дистриб'юторами тощо.

Проблемі управління комунікаціями у маркетинговій сфері присвячено чимало наукових праць. Серед закордонних можна виділити праці: Ф. Котлера, Ч. Сендіджа, Г. Армстронга, К. Келлера, Т. Левітта. Що стосується України, то проблемі маркетингових комунікацій присвячені теоретичні та практичні напрацювання та розробки відомих у цій сфері вчених: В. Павлової, Г. Рижкова, А. Зверинцева, Н. Кочкіної, О. Кот, Т. Циганкової, та ін. Однак, слід відмітити, що підходи до управління комунікаціями у сучасному маркетингу вимагають постійного вдосконалення внаслідок високого впливу мінливих зовнішніх факторів та розвитку нових технологій.

Результати дослідження

Сучасна практика діяльності підприємств показує, що маркетингові комунікації сприймаються, за звичай, як допоміжна діяльність, що ускладнює їх інтеграцію в систему управління підприємством, і, як наслідок, призводить до неефективного менеджменту [1].

Маркетингові комунікації варто розглядати як управління процесом просування товару на всіх етапах – перед продажем, у момент продажу, під час споживання, після споживання. Для найбільшої ефективності, комунікаційні програми необхідно розробляти спеціально для кожного сегменту, ринкової ніші і навіть окремих клієнтів. При цьому дуже важливий як прямий, так і зворотній зв'язок між фірмою і клієнтами.

Етапи розробки ефективної програми маркетингової комунікації можна розподілити таким чином [2] :

- Визначення контактної аудиторії.
- Визначення цілі комунікації.
- Створення звернення.
- Вибір каналів комунікації.

- Визначення загального бюджету, виділеного для комунікації.
- Ухвалення рішення про змішані засоби просування.
- Оцінка результатів просування.
- Управління здійсненням комплексних маркетингових комунікацій і координація цього процесу.

Кожне підприємство, яке функціонує в умовах ринку як відкрита система, має отримувати адекватну інформацію до і після прийняття рішень, тому воно потребує якісного інформаційного забезпечення й ефективних маркетингових комунікацій.

Важливо встановити основні характеристики маркетингової інформації, які впливають на вибір інформаційних технологій розв'язання задач [3]. Це можна зробити з допомогою її класифікації за певними ознаками (рис.1).

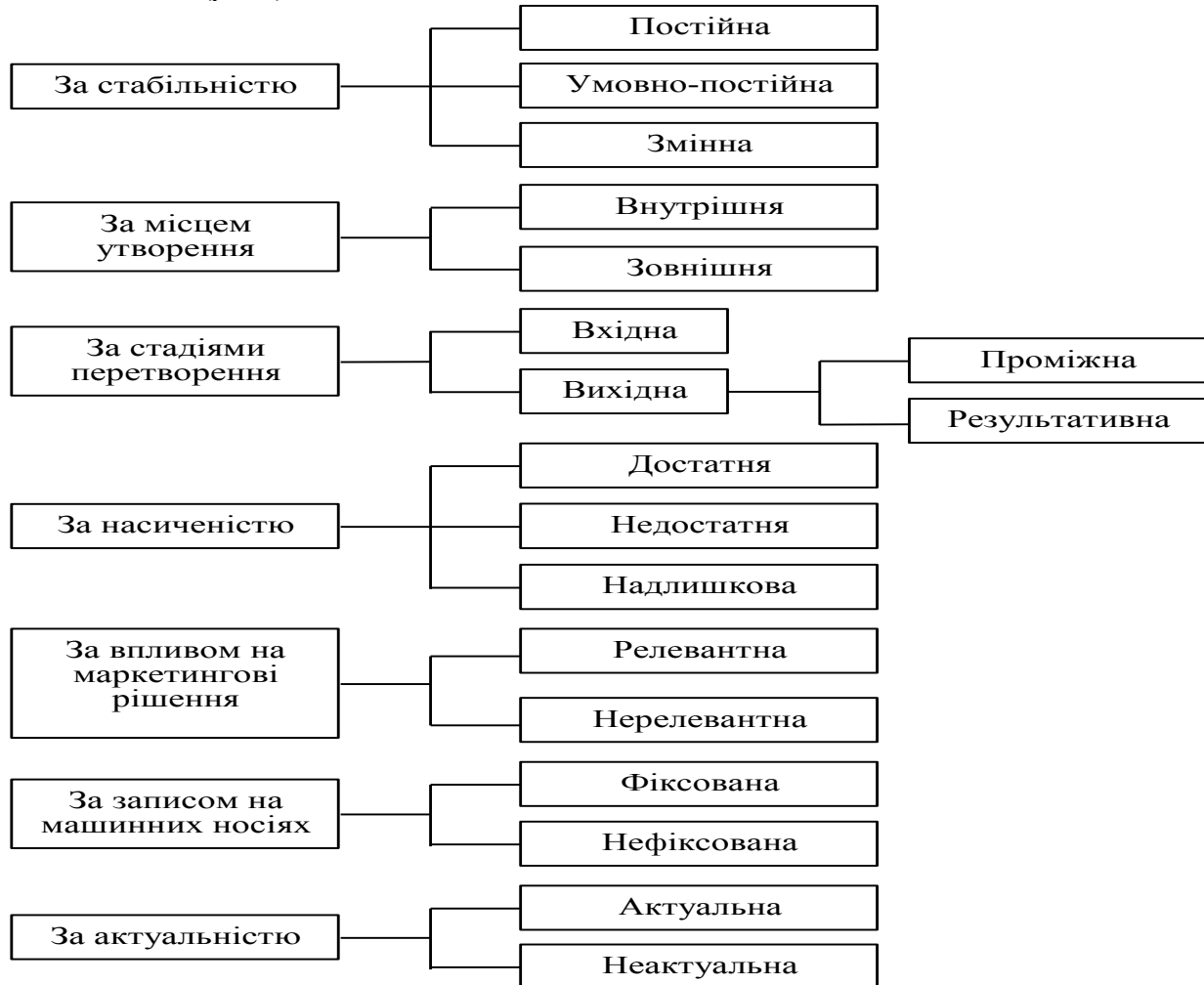


Рис.1 Класифікація маркетингової інформації

Як свідчить практика, маркетингові комунікації поки що не використовуються вітчизняними підприємствами як інструмент формування сприятливих умов функціонування на ринку. Більшості підприємств в Україні все ще достатньо складно визначити, який має бути оптимальний набір маркетингових комунікаційних інструментів для створення тривалих відносин на ринку та досягнення оптимального та ефективного впливу на споживача. В той же час практика компаній-лідерів ринку свідчить, що найкращі результати дає комплексне використання одразу кількох засобів маркетингових комунікацій, а саме застосування інтегрованих маркетингових комунікацій (ІМК). Інтегровані маркетингові комунікації слід розглядати як концепцію планування маркетингових комунікацій, що виходить з необхідності оцінки стратегічної ролі кожного з її елементів у стратегії просування, пошуку їх оптимального сполучення для забезпечення чіткого та послідовного впливу комунікаційних програм компанії для просування конкретної марки

Висновки

Таким чином, в умовах сучасного бізнес–середовища маркетингові комунікації підприємства спрямовані на управління та формування безперервних, довгострокових взаємовигідних відносин з усіма учасниками процесу розподілу, а комунікаційна стратегія стає однією з ключових елементів стратегії маркетингу.

У перспективі більшість підприємств та організацій перейдуть на інтегровані маркетингові комунікації, що дозволить, по-перше, досягти запланованих маркетингових цілей у середньостроковому періоді, а по-друге, сприятиме зміцненню іміджу, гудвілу та конкурентоспроможності суб'єктів господарювання загалом завдяки узгодженості, раціональності, консолідації іміджу бренда або організації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бортнік С.М., Конюх І.М. Інтегровані маркетингові комунікації у діяльності підприємства та оцінка їх ефективності. URL: <http://global-national.in.ua/archive/14-2016/58.pdf>
2. Павлова В.А., Рыжкова Г.А. Планирование маркетинговых коммуникаций как способ повышения конкурентоспособности предприятий // Регіональні перспективи. – 2003. – №9–10. – С.37–40.
3. Вачевський М. В. Маркетинг. Формування професійної компетенції : Підручник. – К.: ВД «Професіонал», 2005. – 572 с.
4. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера. 2-е издание, испр. – К.:Знание, 2006. – 321 с.

Шварц Ірина Володимирівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, s.irinach502@gmail.com

Присяжнюк Максим Валерійович, студент групи МЗД-18м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, ВНТУ, м.Вінниця, fm.mov14b.prisyazhnyuk@gmail.com

Shvarts Iryna Volodymyrivna – PhD in economics, Associate professor, business and financial activity Department, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: s.irinach502@gmail.com.

Prisyazhniuk M. V., student of group MZD-18m, Faculty of Management and Information Security, VNTU, Vinnytsia, fm.mov14b.prisyazhnyuk@gmail.com

ВИДИ БІРЖОВИХ УГОД ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ УКЛАДАННЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Проаналізовано сутність біржових угод, їх характерні відмінності, особливості укладання та застосування.

Ключові слова: біржа, біржова угода, ф'ючерсна угода, опціонна угода, реальна угода

Abstract

The essence of exchange transactions, their characteristic differences, peculiarities of their conclusion and application.

Keywords: stock exchange, exchange agreement, futures agreement, option agreement, real agreement.

Вступ

У сучасних умовах глобалізації та інтеграції вітчизняної економіки у світовий економічний простір все більшого розвитку набуває біржовий ринок з його строковою формою торгівлі біржовими інструментами – деривативами. У зв'язку з цим актуальності набуває аналіз основних видів біржових угод та особливостей їх регулювання і застосування в Україні.

Результати дослідження

У науковій літературі існують різні підходи щодо сутності поняття “біржові угоди”. Так, зокрема, у вузькому розумінні біржові угоди – це торгові угоди, які офіційно укладаються між членами біржі або брокерами під час біржових зборів у приміщенні біржі, або ж договір (укладення договору) про виконання певних зобов'язань.

У широкому розумінні біржовими прийнято вважати будь-які угоди, що укладаються на біржі, як то між брокерами, що працюють у брокерських фірмах, і, як правило, зареєстровані на біржах, між біржею й кліринговою організацією, біржею і брокером, біржею і депозитарієм, біржею і комерційним банком, що обслуговує її, кліринговою організацією й брокером, депозитарієм і брокером тощо [1].

Біржові угоди можна охарактеризувати з юридичної, організаційної, економічної та етичної сторін. З юридичної точки зору угода являє собою взаємну угоду сторін, пов'язану з появою, тимчасовим припиненням, припиненням або зміною певних майнових прав і обов'язків. Правова сторона біржових угод також торкається прав і обов'язків учасників (контрагентів) таких угод. На фондовому ринку, зокрема, такі права впливають зі змісту цінних паперів, що знаходяться в основі того чи іншого договору. Організаційна сторона біржових угод передбачає визначення їх учасників, види біржових операцій, а також порядок виконання певних дій, що призводять до укладення біржових угод і відображення їх в конкретних документах. Економічна сторона показує мету укладення біржової угоди (задоволення конкретних потреб, реалізації біржового товару, встановлення ціни, отримання прибутку, вкладення грошей, спекуляції і т.д.). З етичної сторони біржові угоди пов'язані з суспільними відносинами і дотриманням біржових законів (традиції, норм і правила поведінки, що не знайшли відображення в законі, але обов'язкові для їх дотримання) [2].

Внаслідок біржових операцій їх учасники отримують певний прибуток, але не будь-якою ціною, а відповідно до прийнятого законодавства. Основою для укладення угоди є усна згода контрагентів, висловлена ними у процесі відкритих торгів і зафіксована маклером, який обслуговує товарну секцію на

цій біржі. Угода вважається укладеною з моменту її реєстрації на біржі. При здійсненні угоди сторони погоджують між собою її зміст, тобто перелік питань, що вирішуються при її укладенні. Виконуються біржові угоди поза біржею (товару як такого на біржі немає). Особливості укладання біржових угод врегульовано ст. 15 «Біржові операції» та ст. 17 «Правила біржової торгівлі» Закону «Про товарну біржу» [3]. Детально біржові угоди регулюються Правилами біржової торгівлі, затвердженими біржовими комітетами, а зміст цих угод визначається Типовими контрактами, що їх також затверджують біржові комітети.

Основне призначення біржі - створення оптимальних умов продавцям і покупцям для укладання біржових угод. Відповідно до Закону України «Про товарні біржу» угода вважається біржовою в разі виконання наступних умов:

- а) Якщо вона становить купівлю-продаж, постачання і обмін товарів, допущених до обігу на ТБ;
- б) Якщо її учасниками є члени біржі;
- в) Якщо вона подана до реєстрації і зареєстрована на біржі не пізніше наступного за здійсненням угоди дня [3].

Угоди, зареєстровані на біржі, не підлягають нотаріальному засвідченню. Зміст біржової угоди не підлягає розголошенню. Ця інформація може бути поданою лише за вимогою органів слідства і суду. Угода вважається укладеною з моменту її реєстрації на біржі. Згідно зі ст. 281 ГК України здійснювати біржові операції на Україні дозволено лише членам біржі або брокерам (у ряді держав такі угоди можуть укладати й відвідувачі біржі, які купили пропуск на торги) [4].

На науковому, законодавчому та практичному рівні існують різні підходи до класифікації біржових угод. Так, Закон України «Про товарну біржу», класифікує види біржових операцій на: купівлю-продаж; поставку; обмін [3]. Котирло О.О. виділяє найпростіший вид біржових угод з реальним товаром – угоди з терміною поставкою (з коротким терміном поставки) [5, с. 48], а Кононенко І.В. – арбітражні угоди, що відбуваються з метою одержання прибутку за рахунок різниці в котируваннях на біржах у різних країнах [6, с. 127].

Деякі автори поділяють біржові угоди на контракти з реальними активами і зобов'язаннями поставки та права на ці активи, які називають похідними інструментами [7, с. 62-63].

Таким чином, на біржі укладаються три основні види угод:

- 1. Реальні угоди
- 2. Ф'ючерсні угоди
- 3. Опціонні угоди

Угоди з реальним товаром передбачають купівлю і продаж конкретної партії виробленого або належного до виробництва в конкретному періоді товару. Особливістю цього виду угод є те, що її предметом може бути будь-який товар, допущений до обігу на біржі в будь-якій кількості, будь-якої якості, з будь-якими умовами постачання (транспортування) і формами розрахунку. Угоди з реальним товаром можуть укладатися як з правом перепродажу, так і без права його продажу. Вони не підлягають ліквідації і завершуються обов'язковим постачанням товару (або передачею права розпоряджатися ним).

Залежно від строків постачання реального товару, угоди з ним діляться на два основних види:

а) з негайним постачанням (угода «спот» або «кеш»). У цьому випадку товар, який реалізується на біржі, обов'язково повинен бути в наявності, а після укладання угоди - зразу ж переданий покупцю (в строк від 1 до 15 днів). У сучасній біржовій практиці України цей вид біржових угод є переважним;

б) з постачанням в майбутньому періоді («форвард»), строк поставки до 6 місяців. Необхідність таких угод зумовлена тим, що вони дозволяють виробничому або торговельному підприємству забезпечити постійність технологічного процесу, а також знизити витрати на складські зберігання товарів. Проте при форвардних угодах виникає ризик недопостачання товарів у зв'язку з мінливими умовами виробництва, оскільки при укладанні форвардної угоди реалізується товар, якого, як правило, у продавця ще немає у наявності. У звичайній біржовій практиці країн з розвинутою ринковою економікою цей ризик однаковий для продавців і покупців. У наших умовах постійної інфляції фінансові втрати від зміни ціни при здійсненні поставок товарів за форвардними угодами, як правило, несе продавець. Проте біржа виробила спеціальний механізм страхування цінового ризику продавця і покупця при укладанні форвардних угод [7].

Ф'ючерсна угода - стандартний документ, що засвідчує зобов'язання продати або купити цінні папери, товари або кошти в певний час і на певних умовах у майбутньому з фіксацією ціни на момент виконання зобов'язань сторонами контракту. При цьому будь-яка сторона ф'ючерсного контракту має право відмовитись від його виконання винятково при наявності згоди іншої сторони контракту або у випадках передбачених законодавством.

Опціонні угоди (угоди з премією) передбачають купівлю права або продажу зобов'язання укласти біржовий контракт на обумовлену кількість товару за заздалегідь встановленою ціною в межах взаємно узгодженого періоду. Контракт між контрагентами такої угоди має назву опціон. Відповідно до цього контракту продавець опціону одержує премію і бере на себе зобов'язання продавати або купувати, а покупець опціону виплачує премію і одержує право купити або продати конкретний товар за вище обговореними умовами.

Розрізняють такі основні види опціонних угод:

а) Простий опціон - покупець одержує право вибору вимагати від продавця опціону виконання його зобов'язань або відступитися від угоди використавши право відступу. Розрізняють два види простого опціону: опціон-попит (або опціон на купівлю) і опціон-пропозиція (опціон на продаж). Покупець опціону-попиту має право купити реальний товар або ф'ючерсний контракт. Відповідно продавець опціону-попиту бере на себе зобов'язання продати реальний товар або ф'ючерсний контракт, а продавець опціон-пропозиції зобов'язаний купити у покупця наявний у нього реальний товар або ф'ючерсний контракт;

б) Подвійний опціон (стелаж) - покупець одержує право вибору між позицією продавця і позицією покупця реального товару або ф'ючерсного контракту, а також право відмовитися від наступної угоди. У цьому випадку права покупця опціону стають вдвічі ширшими порівняно з його правами за простого опціону. Як правило, вдвічі збільшується у зв'язку з цим і розмір премії, яка виплачується за такий опціон,

в) Кратний опціон - покупець одержує право за певну додаткову премію продавцю опціону збільшити в декілька разів партію товару або ф'ючерсних контрактів у наступній угоді. Ця нова партія повинна бути 2, 3, 4 і т. п. кратною відносно до попереднього обумовленого початкового розміру, але в межах максимального розміру, який визначається опціонним контрактом.

У разі бажання скласти та підписати біржову угоду, що була укладена на біржових торгах, підписується біржовий договір. Форма та зміст біржових договорів також затверджується біржею. Біржовий договір, від імені покупця та продавця, що є членами біржі, підписують біржові брокери та уповноважена особа біржі. Біржовий договір складається у трьох екземплярах, по одному видається покупцю та продавцю, а третій екземпляр залишається на біржі. Біржова угода реєструється у журналі біржових договорів. Лише після названої реєстрації біржовий договір вважається укладеним (ч. 5 ст. 15 Закону України "Про товарну біржу"). Будь-яке порушення порядку укладення біржових торгів є підставою для визнання біржового договору недійним.

Висновки

Отже, біржова торгівля - це завжди купівля-продаж відповідних біржових цінностей, які належать або до групи капіталів, або до групи товарів. Основними видами біржових угод є угоди з реальним товаром, реальні угоди, ф'ючерсні угоди й опціонні угоди. Ф'ючерсні угоди є різновидом біржових угод, метою яких є спрощення біржових операцій та страхування біржової діяльності всіх її суб'єктів. Для більш поширеного застосування ф'ючерсних угод необхідно чітко визначити у законодавстві їх поняття та створити реальні ринкові умови для більш ефективного їх застосування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Малишко В.М. Біржові угоди як категорія біржового права. – Режим доступу: http://www.legalactivity.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=473%3A050313-12&catid=63%3A4-0313&Itemid=78&lang=ru.
2. Біржова діяльність [Електронний ресурс] / укладачі А. М. Одарченко, К. В. Сподар, О. О. Лісниченко. – Електрон. дані. – Х. : ХДУХТ, 2017. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. – Назва з тит. екрана..
3. Про товарну біржу : Закон України № 1956-12 від 10.12.1991 р. // Відомості Верховної Ради. - 1992. - № 10. - Ст. 139.
4. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

5. Котирло О.О. Біржове право : навч. посіб. / О.О. Котирло. – К.: „Видавництво “Центр учбової літератури”, 2012. – 268 с.
6. Кононенко І.В. Основи біржового права : навч. посіб. / І. В. Кононенко. – К: Кондор, 2007. – 576 с.
7. Сохацька О.М. Біржове справа: підруч. / О. М. Сохацька. – 2-ге вид. змін. й доп. – Тернопіль: Карт-бланш, К.: Кондор, 2008. – 632 с.

Тетяна Миколаївна Білоконь — канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, e-mail: tm.bilokon@gmail.com

Хижняк Володимир Сергійович — студент групи П-18мс, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, e-mail: voldvin.h@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

Volodymyr S. Khyzhnyak — student of the Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

СУЧАСНІ МЕТОДИ ПРОСУВАННЯ ТОВАРУ НА РИНОК

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглянуто сучасні методи маркетингового просування товару на ринок та проаналізовано особливості впливу на споживачів кожного з методів.

Ключові слова: маркетинг, реклама, споживач, партизанський, сенсорний, провокаційний маркетинг.

Abstract

The modern methods of marketing promotion of the product to the market was considered and the peculiarities of the influence on consumers of each of the methods have been analyzed.

Keywords: marketing, advertising, consumer, guerrilla, sensory, provocative marketing.

Вступ

Високий рівень конкуренції на ринку товарів вимагає від виробників та продавців продукції пошуку нових рішень щодо ефективного їх просування. Сучасний світ характеризується насиченістю товарних ринків однотипною продукцією з несуттєвими відмінностями у її характеристиках. Проте, дуже часто споживачі для уникнення напруги при виборі товару тієї чи іншої марки зупиняють свій вибір на перевірених та підсвідомо закріплених, традиційних для них товарах, відмовляючись свідомо пробувати щось нове та аналізувати аналогічні товари, обираючи ті, які б цілком і повністю задовільнили їх вимоги та потреби.

Як результат, великого значення почали набувати методи впливу на вибір споживачів через несвідому частину психіки людини, де центральне місце посідають технології просування товарів, які базуються на розвитку сучасних технологій та пошуку людей, які генерують незвичні, унікальні та креативні ідеї.

Результати дослідження

Маркетинг – це систематизоване і планомірне напрямлення всіх функцій підприємства на задоволення потреб споживачів і на можливості використання потенційних ринків, а також своєчасне реагування на управлінські імпульси з боку ринку, тобто орієнтацію на ринкове бачення [1].

До сучасних технологій просування товару належать такі види маркетингу, як: партизанський, сенсорний, вірусний, провокаційний маркетинг та інші. Згадана течія виникла як реакція ринку на системну кризу суспільства споживання, яке перестало з довірою сприймати стандартні засоби реклами, від чого знизилась їх ефективність і продовжує знижуватися надалі.

Партизанський маркетинг доповнює традиційний, при цьому адаптується до сучасних реалій. До його методів належать: флешмоб, лайф-плейсмент, продакт-плейсмент, “таємні покупці”, стрікінг, вуличний перфоманс, партизанська відеопроєкція, а також виділяють ambient media. Останній вид використовується в якості рекламного носія міського простору, вулиць, споруд для просування будь-якого об'єкта – товару чи компанії. Прикладом є компанія Bosh, яка перетворила звичайні каналізаційні люки, над якими стоїть пар, в рекламу прасок з паром [2].

Для передачі інформації про товар і з метою впливу на споживача, в концепції сенсорного маркетингу, використовують всі органи відчуттів споживача – слух, дотик, зір, запах, смак. Така інформація залишається в довгостроковій пам'яті та використовується при прийнятті рішення про купівлю. Так, прикладами ароамаркетингу є: використання продавцями мебелі ароматів хвойного дерева; банки створюють атмосферу спокою, балгополуччя та доброзичливості в розрахункових центрах, використовують аромати і навіть ароматизують чекові книжки (Банк Societe General). Прикладом використання сенсорного маркетингу, охоплюючи одразу 4 відчуття є компанія Kodak.

Фотоапарати компанії давали тактильні відчуття – фотографії отримані за допомогою портативних пристроїв, зоровий образ, щойно проявлені фотографії пахли по-особливому, до того ж затвор фотоапарата клацав[3].

Провокаційний маркетинг передбачає створення незвичайних, неочікуваних умов діалогу з споживачем, у яких реклама не викликає відторгнення. Така інформація, у більшості випадків, не несе в собі функціональної користі та пізнавальної новизни. Ті, на кого спрямована реклама, давно навчилися техніці захисту від стресу та інформаційних перевантажень. Провокаційний маркетинг надає рекламі привабливої форми “нового знання”, і таким чином обходить захисні механізми психіки її споживача. Такий метод базується на емоційній грі та стимулюванні творчої уяви споживача. Нижче поданий приклад.

Для залучення уваги до програм, покликаних захищати комп'ютер в мережі інтернет, був створений тест, який перевіряє знання людей з комп'ютерної безпеки. Цей тест був розісланий клієнтам спільно з пропозицією здійснення ними самоперевірки. Для поширення інформації учасникам гри видавався «сертифікат» (фахівця з комп'ютерної безпеки), який вони могли розмістити у своєму блозі, або на особистій веб-сторінці. «Сертифікат» містив посилання, натиснувши на яке люди переходили на сторінку, де був розміщений тест, вони, таким чином, “заражались вірусом”. В результаті підприємство отримало багато нових потенційних клієнтів з мінімальними витратами.

Висновки

Отже, в умовах загострення конкуренції виробники змушені шукати нові підходи та методи впливу на вибір і преференції споживачів. Інноваційні підходи маркетингу дозволяють обійти людський раціоналізм і звернутися прямо до підсвідомості, що надає певні конкурентні переваги у порівнянні з традиційними методами просування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Маркетинг. Бібліотека економіста [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://library.if.ua/book/22/1658.html>
2. Душкина М. Р. PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология: Учебное пособие — СПб.: Питер. — 560 с.
3. А.В. Ульяновський. Маркетингові комунікації: 28 інструментів міленіуму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/strategy/sensory_marketing.htm

Шварц Ірина Володимирівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, s.irinach502@gmail.com

Закревська Каріна Віталіївна – студентка групи МЗД-18м, факультету менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: karina2002st@mail.ru

Shvarts Iryna Volodymyrivna – PhD in economics, Associate professor, business and financial activity Department, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: s.irinach502@gmail.com.

Zakrevska Karina – student of Management and Information Security Faculty of Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia city, e-mail: zakrevskarina@gmail.com

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Анотація У статті досліджено сучасний стан біржового ринку та знайдені причини, що гальмують його розвиток. Наведено пропозиції щодо напрямів розвитку біржової діяльності в Україні в сучасних умовах.

Ключові слова: біржова діяльність, товарна біржа, фондова біржа, біржовий ринок.

Abstract The author investigates the current state of the exchange market and finds reasons that hinder its development. The suggestions on the directions of development of the exchange commodity activity in Ukraine in modern conditions are given.

Keywords: stock exchange, commodity exchange, stock exchange, stock market.

Вступ

Особливе місце в інфраструктурі сучасної ринкової економіки посідають біржі. Разом з тим в українському сьогоденні наявні проблеми як у сегменті товарних, так і фондових бірж. Разом із становленням ринку цінних паперів в Україні створені і розгортають свою діяльність позабіржові системи комп'ютерного котирування цінних паперів, і саме їм віддають перевагу торговці. А на фондових біржах реєструються поодинокі угоди за сприяння урядових структур, зокрема Фонду державного майна. За таких умов актуальним є пошук перспектив розвитку біржової діяльності в Україні.

Результати дослідження

Становлення біржової торгівлі у світі відбувалося з ініціативи купців, а її подальший розвиток та удосконалення були зумовлені потребами економіки країни і здійснювалися одночасно з її ростом. В Україні ж цей процес відбувався штучно, відродження товарних та інших бірж не було обумовлено потребами ринку, а здійснювалось в період спаду економіки, в умовах недосконалого правового забезпечення, що обумовило негативні наслідки їх діяльності.

На сьогоднішній день понад 20% бірж України зовсім не торгують, відбувається постійний процес реорганізації цих структур. І хоч за кількістю бірж Україна випередила в цілому весь західний світ, народжуються нові й нові структури цього типу. Досі біржова діяльність не ліцензується (за винятком фондової), не сертифікуються, хоча на цьому наполягають самі біржовики, особливо Національна Асоціація бірж України (НАБУ).

Однак більше, ніж 90% усіх біржових угод укладено на біржах, що діють у п'яти регіонах України, зокрема у м. Києві – 54,6 %, Київській області – 15,8%, Полтавській області – 8,0%, Дніпропетровській області – 7,5%, Миколаївській області – 5,9%. У цілому біржі в областях ще не мають суттєвого впливу на формування товарних ринків.

Більшість (86%) укладених угод становлять спотові угоди, форвардні контракти в структурі біржового обороту займають лише 14%, а торгівля ф'ючерсними контрактами й опціонами практично відсутня. Разом з тим на світовому біржовому ринку перевагу надають саме торгівлі контрактами на термін, тобто грі на цінових котируваннях і хеджуванню, що і становить суть цінової стабілізації ринку [1]. Інтенсивне кількісне зростання біржової мережі не впливає на якісний рівень розвитку біржової діяльності, який залишається низьким.

До основних проблем біржового ринку України можна віднести наступні [2, 3].

– Незначна частка організаційного ринку - основна маса операцій здійснюється на позабіржовому ринку. Як наслідок, незначні обсяги біржової діяльності, низька ліквідність та прибутковість біржової діяльності як такої, непрозорість ціноутворення, інформаційна закритість емітентів, неможливість адекватної оцінки реальної вартості підприємств інвесторами.

- Низький рівень ліквідності - незначний обсяг операцій на біржовому ринку обумовлює низьку ліквідність організованого ринку, що, у свою чергу, стримує його розвиток, внаслідок неможливості нормальної роботи інвесторів з управління інвестиційними портфелями.

- Недостатня капіталізація ринку - підприємства не розглядають фондовий ринок як доступне джерело дешевих фінансових ресурсів. Ціни на акції підприємств не є індикатором їх успішності та перспектив розвитку. Як наслідок, значна недооцінка більшості біржових активів, низький рівень капіталізації фондового ринку.

- Проблема прав акціонерів і захисту інвесторів - права міноритарних акціонерів в Україні є швидше формальністю, ніж реально працюючим механізмом. Неможливість реально впливати на діяльність акціонерних компаній, відсутність гарантій з боку держави щодо захисту прав, небажання компаній виплачувати дивіденди створюють умови для обмеження доступу фізичних осіб до фондового ринку.

- Нормативне регулювання - нормативна база, що регулює біржову діяльність в Україні, все ще перебуває на стадії становлення. Значна кількість нормативних актів не відповідають міжнародним стандартам і потребують удосконалення та подальшого розвитку.

- Депозитарна діяльність - існування декількох незалежних депозитаріїв ускладнює державний контроль за їх діяльністю.

- Недосконалість податкового стимулювання - відсутність пільг для інвесторів, подвійне оподаткування дивідендів, оподаткування інвестиційних доходів, плата за реєстрацію цінних паперів, ліцензійні платежі тощо.

- Незначна кількість біржових інструментів - при всій різноманітності фінансових інструментів, в тому числі і похідних, в Україні присутній лише обмежений їх асортимент за обмеженим набором характеристик доходності, ризикованості, захищеності тощо.

- Недостатня кількість професіоналів - обмежена кількість інвестиційних компаній і брокерів, аналітичних та консалтингових компаній перешкоджають формуванню адекватно ринку праці біржових професіоналів.

- Дефіцит фінансових ресурсів - відсутність внутрішніх джерел фінансування, помножена на вкрай несприятливий інвестиційний клімат та міжнародний імідж, що відлякують іноземних інвесторів, сприяє дефіциту фінансових ресурсів на фондовому ринку України.

Виходячи з вищезазначених проблем, можна окреслити напрямки їх розв'язання, що сприятимуть розвитку біржової діяльності в Україні [2, 3].

- Скорочення чисельності бірж - необхідно позбавитися фактично непрацюючих бірж, залишивши лише ті, що реально провадять біржову діяльність в обсягах, що мають значення для економіки. Наприклад, шляхом створення однієї чи кількох універсальних бірж національного масштабу на зміну значній кількості регіональних бірж.

- Залучення фінансових ресурсів - слід активніше долучати до біржової діяльності капітали домогосподарств та створити адекватні умови і відповідний інвестиційний клімат для забезпечення діяльності іноземних інвесторів, особливо інституційних на фондовому ринку України.

- Збільшення частки організованого ринку - забезпечити як нормативні, так і організаційні умови для оформлення угод з купівлі/продажу біржових за суттю активів на організованому ринку.

- Забезпечення захисту прав інвесторів - узгодити національне законодавство з міжнародними стандартами та аналогами та забезпечити фактичну імплементацію норм і положень в реальне економічне життя.

- Підвищення капіталізації та ліквідності - створити умови та можливості для первинних публічних розміщень акцій українських підприємств не на закордонних площадках, а на біржах України. Стимулювання розвитку інститутів спільного інвестування, в тому числі й податкового.

- Реформування депозитарної системи - створення єдиного центрального депозитарію та забезпечення відповідності депозитарної діяльності в Україні світовим стандартам.

- Впровадження нових інструментів біржової торгівлі - створення належної нормативної бази для розвитку ринку похідних фінансових інструментів в Україні. Забезпечення належної інформаційної підтримки для підвищення рівня фінансової грамотності серед фактичних і потенційних учасників ринку щодо переваг від використання нових фінансових інструментів.

- Підвищення рівня біржової культури - проведення заходів щодо підвищення фінансової грамотності населення. Популяризація фондового ринку через засоби соціальної реклами.

- Забезпечення прозорості біржової діяльності - створення умов, в тому числі і шляхом нормативного регулювання, для забезпечення прозорості біржової діяльності в Україні та її учасників.
- Розвиток нових технологій біржової торгівлі - активне впровадження інформаційних технологій на базі Інтернету в біржову діяльність в Україні. Розвиток інтернет-трейдингу.

Висновки

Отже, біржова діяльність в Україні має позитивну динаміку багатьох показників, що її характеризують, але все ще перебуває на стадії становлення. Подальшому розвитку біржової та позабіржової діяльності заважає цілий ряд проблем, починаючи від низької ліквідності та низького рівня біржової культури в країні та закінчуючи непрозорістю біржових ринків і недосконалістю нормативного регулювання. Окремі аспекти біржової діяльності в Україні є штучно створеними, а біржі в Україні не є місцем зустрічі покупця і продавця, не є ринковим механізмом ціноутворення, а є лише місцем для реєстрації вже готових угод. Зважаючи на значну роль біржової діяльності в сучасній фінансово економічній системі, розв'язання існуючих проблем у цій сфері є важливим науково-практичним завданням. Таким чином, перспективи розвитку біржової діяльності в Україні є незаперечними.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Яворська В.О. Світовий біржовий ринок: сучасний стан та тенденції розвитку [Електронний ресурс] / В.О. Яворська, М.О. Солодкий // Агросвіт. – 2013. – Режим доступу: http://www.agrosvit.info/pdf/13_2013/9.pdf.
2. Воронюк В.М. Проблеми та перспективи розвитку біржового ринку цінних паперів в Україні / В.М. Воронюк. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/10_NPE_2011/Economics/4_83270.doc.htm.
3. Іваницька О.М. Про Концепцію удосконалення функціонування біржової торгівлі цінними паперами / О.М. Іваницька. – Режим доступу: <http://ktpu.kpi.ua/wp-content/uploads/2016/02/Pro-kontseptsiyu-udoskonallynnya.pdf>

Анастасія Михайлівна Рязанова — студентка групи П-18мс, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, e-mail: anastasiariazanova23@gmail.com

Науковий керівник: **Тетяна Миколаївна Білоконь** — канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Anastasia M. Riazanova — student of the Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Supervisor: **Tetiana M. Bilokon** — Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor, Assistant Professor of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ОСНОВНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкриті теоретичні основи та завдання управління оборотними активами, розглядаються основні етапи кругообігу оборотних активів підприємства, шляхи прискорення оборотності оборотних активів.

Ключові слова: оборотні активи, дебіторська заборгованість, кредиторська заборгованість, кругообіг, оборотність коштів.

Abstract

Theoretical principles and tasks of current assets manag are discussed, the main stages of the turnover of the company's current assets, ways of accelerating the turnover of current assets are considered.

Keywords: current assets, accounts receivable, accounts payable, circulation, turnover of funds.

Вступ

Розвиток ринкових відносин в Україні вимагає нових підходів до управління економікою як на макрорівні, так і на рівні окремих підприємств. Особливого значення набувають проблеми створення таких механізмів управління фінансами підприємств, які б відповідали ринковим умовам господарювання та забезпечували достатній рівень платоспроможності, ліквідності, прибутковості. У сучасних умовах для більшості вітчизняних підприємств типовим наслідком кризових явищ їхнього економічного розвитку стала гостра нестача необхідного обсягу оборотних активів, що істотно позначається на ефективності їхнього господарювання. Разом із цим низька забезпеченість виробничих підприємств оборотними активами супроводжується низьким рівнем їх використання. Тому одним із найактуальніших завдань у напрямі забезпечення фінансової стійкості вітчизняних підприємств є суттєве вдосконалення механізму управління оборотними активами.

В системі заходів, направлених на підвищення ефективності роботи підприємства і зміцнення його фінансового стану, важливе місце займають питання раціонального формування та ефективного використання оборотних активів. Інтереси підприємства вимагають повної відповідальності за результати своєї виробничо-господарської діяльності. Оскільки фінансовий стан підприємства знаходиться в прямій залежності від стану оборотних коштів, що передбачає взаємозалежність витрат з результатами господарської діяльності і відшкодування витрат власними засобами, підприємства зацікавлені в раціональній організації оборотних коштів – організації їх руху з мінімально можливою сумою для отримання найбільшого економічного ефекту.

Результати дослідження

Згідно Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності", оборотні активи – це гроші та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу чи протягом дванадцяти місяців з дати балансу. У бухгалтерському обліку до таких активів відносять активи, які споживаються або реалізуються протягом одного операційного циклу чи протягом року. Оборотними активами підприємства є сировина, матеріали, паливо, тара, малоцінні та швидкозношувані предмети, готова продукція, ліквідні цінні папери, грошові кошти. Такі активи, як дебіторська заборгованість, незавершене виробництво, витрати майбутніх періодів, є досить специфічними оборотними активами, які певною мірою відображують недосконалість, незавершеність та неперервність виробничого процесу.

Оборотні активи беруть участь як у процесі виробництва, так і в процесі реалізації продукції. Активи, які використовуються у виробничому процесі протягом одного операційного циклу, повністю переносять свою вартість на вартість виробленої продукції і часто змінюють свою початкову форму. Активи, що мають грошову форму, безпосередньо не беруть участі у процесі виробництва. Вони обслуговують кругообіг капіталу підприємства та об'єднують процеси виробництва й реалізації продукції [5].

Кругообіг оборотного капіталу (рис. 1) здійснюється протягом одного операційного циклу: грошові кошти авансуються у виробничі запаси, в процесі виробництва створюється нова продукція, продукція реалізується (можливо на умовах комерційного кредиту, що викликає появу дебіторської заборгованості), виручка за реалізовану продукцію надходить на розрахунковий рахунок і знову авансується у виробництво. Якщо підприємство функціонує ефективно, процес кругообігу оборотного капіталу забезпечує неперервність виробничого процесу та зростання капіталу підприємства, оскільки в цьому випадку виручка за реалізовану продукцію перевищуватиме кошти, авансовані у виробництво.

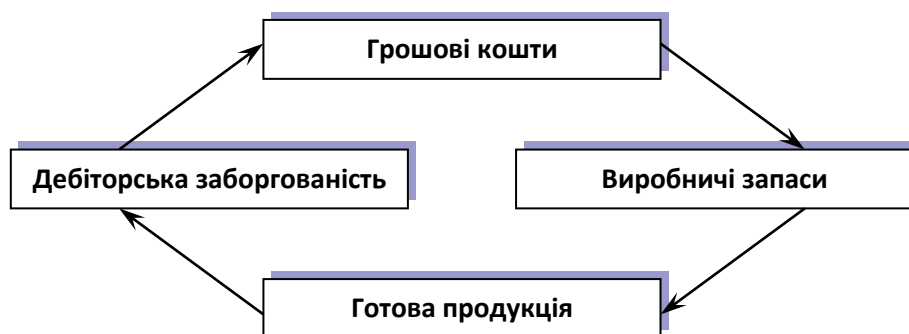


Рисунок 1 – Кругообіг оборотного капіталу підприємства [2]

Оборотні активи можна поділити на три основні складові: запаси, дебіторську заборгованість, грошові кошти та високоліквідні цінні папери.

До складу оборотних активів входять тільки поточна дебіторська заборгованість, яка виникає в процесі нормального операційного циклу або буде погашена протягом дванадцяти місяців із дати балансу.

Довгострокова дебіторська заборгованість, строк погашення якої більш як один рік, включається до складу необоротних активів.

Поточна заборгованість споживачів та постачальників є необхідним результатом операційної діяльності підприємства, має регулярний характер і пов'язана із затримками в оплаті товарів, робіт та послуг або з реалізацією продукції на умовах комерційного кредиту. Така заборгованість визнається активом одночасно з визнанням доходу від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг і включається до підсумку балансу за чистою реалізаційною вартістю [3].

Управління виробничим процесом і оборотними активами на підприємстві належить до завдань, які вирішують менеджери-економісти. Оскільки процеси виробництва та реалізації продукції супроводжуються рухом фінансових ресурсів, активну участь у вирішенні завдань, пов'язаних з управлінням оборотними активами підприємства беруть фінансові менеджери. До найважливіших із таких завдань належать:

- визначення оптимального обсягу та структури оборотних активів;
- мінімізація витрат на фінансування та підтримку певного їх обсягу;
- управління чистим оборотним капіталом підприємства;
- забезпечення ліквідності та платоспроможності;
- формування оптимального обсягу товарно-матеріальних запасів;
- управління дебіторською заборгованістю;
- управління грошовими коштами тощо [1].

У процесі управління оборотними активами при визначенні потреби в оборотному капіталі фінансовий менеджер насамперед аналізує структуру, оборотність, ліквідність оборотних активів, а

також забезпеченість оборотним і чистим оборотним капіталом підприємства. Аналізуючи усереднені та максимальні значення таких показників на інших підприємствах галузі, а також враховуючи політику підприємства щодо фінансування оборотного капіталу, менеджер приймає відповідні управлінські рішення.

У процесі реалізації будь-якої політики управління оборотним капіталом підприємства повинні намагатись прискорити оборотність оборотних активів з тим, щоб вивільнити частину оборотних коштів та поліпшити ефективність їх використання. Прискорення оборотності може відбуватися на всіх стадіях кругообігу:

- на стадії формування запасів – за рахунок ви значення зайвих запасів та їх ліквідації, оптимального вибору постачальників і поліпшення організації постачання;
- на стадії виробництва – за рахунок впровадження нових технологій та підвищення ефективності праці, що сприятиме скороченню виробничого циклу без зниження якості продукції, яку виробляють;
- на стадії реалізації продукції – за рахунок раціональної організації збуту, що, зокрема, забезпечується формуванням і реалізацією ефективної кредитної політики [4].

Висновки

Дослідження теоретичних основ управління оборотними активами підприємства показало, що оборотні активи підприємства на відміну від необоротних мають досить рухливу структуру. При змінах на ринку залежно від сезону, роботи постачальників тощо запаси сировини, готової продукції та залишки на розрахунковому рахунку можуть коливатись у значних межах. При цьому завжди можна визначити максимальний і мінімальний рівні оборотних активів. Різницю між максимальним та мінімальним рівнем оборотних активів називають сезонною (змінною) складовою, оскільки при стабільній ситуації в економіці значні коливання рівня оборотних активів переважно пов'язані із сезонним характером діяльності підприємства. Мінімальний рівень оборотних активів визначає постійну (системну) складову оборотного капіталу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бланк І.А. Основи фінансового менеджменту. Т.1./ І.А. Бланк - К.: Ника-центр, 1999. - 592с.
2. Бодаренко О.С. Методологічні основи управління оборотними активами підприємств // Інвестиції практика та досвід. – 2008. – №4. – С.40–44.
3. Ізмайлова Н.В. Управління оборотними активами підприємств: авторефер. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук.: спец 08.00.08 – гроші, фінанси і кредит / Н.В. Ізмайлова. — К., 2009. – 24 с.
4. Крейніна М.Н. Фінансовий менеджмент: Пос./ М.Н.Крейніна - 2-е вид., доп. - М.: Вид-во "Дело и Сервис", 2001. - 400 с.
5. Носов П. Л. Сучасна класифікація оборотних активів / П. Л. Носов // Економіка і держава. – 2008. – № 7. – С.43 – 46.

Безсмертна Оксана Владиславівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, bezsmertnaoksana@gmail.com

Клименко Мар'яна Ігорівна, студентка групи 2МФК-17м, Факультет менеджменту та інформаційної безпеки, ВНТУ, м. Вінниця, mafka311@gmail.com

Bezsmertna Oksana Vladyslavivna, PhD in economics, Associate professor, business and financial activity Department, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, bezsmertnaoksana@gmail.com

Klymenko Maryana Ihorivna, management and Information security Department, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, mafka311@gmail.com

АНАЛІЗ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Проаналізовано склад та структуру джерел фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств в Україні за 2007-2017 рр.

Ключові слова: інноваційна діяльність, фінансування, промислові підприємства.

Abstract

The composition and structure of sources of financing of innovative activity of industrial enterprises in Ukraine for 2007-2017 are analyzed.

Keywords: innovation activity, financing, industrial enterprises.

Вступ

Сучасний розвиток інноваційної діяльності промислових підприємств в Україні в значній мірі визначається способами її фінансової підтримки. Для того, щоб отримати додатковий прибуток, підвищити ефективність господарської діяльності і конкурентоспроможність, інноваційна діяльність промислових підприємств вимагає фінансових вкладень. Тому дослідження структури джерел фінансування інноваційної діяльності підприємств дозволить визначити основні стратегічні напрямки інноваційних змін та розширення обсягів залучення інвестицій для фінансування інноваційної діяльності.

Результати дослідження

Враховуючи особливості зовнішнього та внутрішнього управління та регулювання інноваційної діяльності промислових підприємств, джерела фінансування такої діяльності можуть бути різними: власні кошти підприємств, асигнування бюджетів усіх рівнів, іноземні інвестиції, а також акумульовані в формі фінансового капіталу тимчасово вільні кошти організацій і установ, а також заощадження населення.

Фінансування науково-дослідних, дослідно-конструкторських робіт промислових підприємств пов'язують, як правило, з державною підтримкою, що є цілком правомірним в силу необхідності створення сприятливої економічної та правової сфери, формування відповідної інфраструктури, використання діючих фондів підтримки тощо [1, с. 74]. Всі джерела фінансування інноваційно-інвестиційного капіталу промислових підприємств можливо розділити на дві категорії залучення інвестицій в інноваційну діяльність підприємств, а саме:

1) залучені інвестиції, які не підлягають поверненню – це джерела фінансування, які утворюють власний капітал підприємства. До них належать:

– власні фінансові кошти підприємства, до яких належать статутний капітал у вигляді внесених засновниками основних фондів та інших матеріальних цінностей, грошових коштів, прав на користування земельними ділянками та інших матеріальних прав; прибуток; амортизаційні відрахування; страхові відшкодування; кошти від продажу акцій, благодійні та інші внески тощо;

– асигнування з бюджетів всіх рівнів, фондів підтримки підприємництва, які надаються на безоплатній основі;

– іноземні інвестиції – фінансова або інша участь у статутному капіталі спільних підприємств, а також прямі вкладення (в грошовій формі) міжнародних організацій і фінансових інститутів, держав, підприємств та організацій різних форм власності та приватних осіб на безоплатній основі;

2) залучені інвестиції (позикові кошти), які підлягають поверненню в чітко встановлений термін та з виплатою процентів за використання. До них відносяться банківські кредити, державні кредити,

одержані на умовах повернення, кредити іноземних інвесторів, облігаційні позики, векселі та інші позичені кошти.

Проаналізуємо загальний процес фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств України згідно офіційних даних Держкомстату [3] – розмір фінансування інноваційної діяльності за різними можливими джерелами за період з 2007 по 2017 роки (табл. 1).

Таблиця 1 – Джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств України за період 2007–2017 рр.

Рік	Загальна сума витрат, млн. грн.	У тому числі за рахунок коштів							
		власних		державного бюджету		іноземних інвесторів		інші джерела	
		Сума, млн. грн.	Питома вага, %	Сума, млн. грн.	Питома вага, %	Сума, млн. грн.	Питома вага, %	Сума, млн. грн.	Питома вага, %
2007	10821,0	7969,7	73,65	144,8	1,34	321,8	2,97	2384,7	22,04
2008	11994,2	7264,0	60,56	336,9	2,81	115,4	0,96	4277,9	35,67
2009	7949,9	5169,4	65,02	127	1,60	1512,9	19,03	1140,6	14,35
2010	8045,5	4775,2	59,35	87	1,08	2411,4	29,97	771,9	9,59
2011	14333,9	7585,6	52,92	149,2	1,04	56,9	0,40	6542,2	45,64
2012	11480,6	7335,9	63,90	224,3	1,95	994,8	8,67	2925,6	25,48
2013	9562,6	6973,4	72,92	24,7	0,26	1253,2	13,11	1311,3	13,71
2014	7695,9	6540,3	84,98	344,1	4,47	138,7	1,80	672,8	8,74
2015	13813,7	13427,0	97,20	55,1	0,40	58,6	0,42	273	1,98
2016	23229,5	22036,0	94,86	179	0,77	23,4	0,10	991,1	4,27
2017	9117,5	7704,1	84,50	227,3	2,49	107,8	1,18	1078,3	11,83

Аналіз даних табл. 1 показує, що найбільш вагому роль у фінансуванні інноваційних процесів промислових підприємств займають власні кошти підприємств чи установ, які протягом досліджуваного періоду зросли з 73,65 % в 2007 році до 84,5 % в 2017 році; другу позицію в структурі фінансування промислових підприємств займають «інші джерела», але на протязі досліджуваного періоду відбувається зниження питомої ваги даного джерела з 22,04 % в 2007 році до 11,83 % в 2017 році, що переважно пов'язано з переважним залученням власних коштів.

Загальна сума витрат на фінансування інноваційної діяльності на протязі досліджуваного періоду змінювалась стрибкоподібно: найменша сума коштів спостерігається в 2014 році – 76595,9 млн. грн., найбільша – в 2016 році – 23229,5 млн. грн. При цьому в 2017 році обсяг фінансування інноваційної діяльності склав 9117,5 млн. грн., що складає лише 39,2 % обсягу фінансування попереднього 2016 року.

Питома вага коштів державного бюджету на фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств України протягом всього періоду характеризується досить невеликою сумою, яка в 2007 році складала 144,8 млн. грн. або 1,34 % загальної суми витрат, в 2017 році сума коштів державного бюджету зростає до 227,3 млн. грн. і складає вже 2,49 % всіх джерел фінансування інноваційної діяльності. Негативним моментом можна визначити значне зниження обсягів фінансування за рахунок іноземних інвестицій: в 2017 році проти 2007 року сума коштів іноземних інвесторів знизилась з 321,8 млн. грн. до 107,8 млн. грн., що можна пояснити нестабільними політичною ситуацією та інвестиційним середовищем в Україні, девальвацією національної грошової одиниці, військовими діями.

Отже, узагальнюючи результати проведених досліджень, можемо визначити переважне фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств в Україні за рахунок власних коштів, при цьому держава не приймає активної участі в процесі фінансування інноваційної діяльності підприємств промисловості України. Така ситуація вимагає рішучих дій щодо зміни підходів в державному управлінні та регулюванні інноваційної діяльності в промисловому комплексі України.

Висновки

Розвиток та ефективне функціонування сучасної ринкової економіки визначається успішним впровадженням техніко-технологічних, організаційних та управлінських інновацій. Проведені дослідження вказують на те, що тенденції розвитку ринку інновацій в Україні не є позитивними. Тому важливим завданням інноваційної політики як на рівні держави, так і на рівні підприємства, має

стати активізація інноваційної діяльності для формування ефективної ринкової економіки. Сприяння динамічному розвитку економіки країни за допомогою інструментів інвестиційно-інноваційної політики з метою покращення добробуту населення країни можна забезпечити шляхом зростання видатків на розвиток науково-технічного прогресу та мотивування інноваційної діяльності підприємств [2, с. 125-126]. Але, на сьогоднішній день, промисловим підприємствам слід розраховувати лише на внутрішні управлінські механізми фінансування інноваційного розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Горбунов Е.А. Возможности корпоративной венчурной компании как институт финансирования НИОКР в тяжёлом машиностроении / Е.А. Горбунов // Сибирская финансовая школа. – 2010. – №2. – С. 74-77.
2. Кобушко І.М. Шляхи покращення фінансування інноваційного розвитку в Україні з використанням міжнародного досвіду / І.М. Кобушко, Е.І. Гусейнова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 2. – С. 124-130.
3. Офіційний сайт Держстату України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

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

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті розглянуто питання удосконалення грошових потоків підприємства на підставі його фінансової звітності. Проведено аналіз показників фінансової діяльності та стану грошових потоків ПАТ «Полтавський турбомеханічний завод». Розроблено пропозиції та рекомендації щодо підвищення ефективності управління фінансовою діяльністю та грошовими потоками на ПАТ «Полтавський турбомеханічний завод».

Ключові слова: грошові потоки, вхідні грошові потоки, вихідні грошові потоки, планування грошових потоків.

Abstract

In the article question of optimization of cash flows of enterprise is considered on the basis of his financial reporting. The analysis of financial performance and state of cash flows indicators is conducted on the example of the «Poltava turbomechanical factory». They are offered suggestions and recommendations in relation to the increase of efficiency of management financial activity and money stream on the example of the «Poltava turbomechanical factory».

Keywords: cash flows, entrance cash flows, initial cash flows, planning of cash flows.

Розвиток ринкових процесів в Україні та зростання кількості збиткових підприємств викликає необхідність забезпечення ефективності управління грошовими потоками, тому що саме грошові потоки забезпечують реалізацію усіх видів діяльності, отримання позитивних фінансових результатів та задоволення інтересів власників підприємств.

Проблема підвищення ефективності управління грошовими потоками підприємства має важливе значення. Багато уваги приділяють темі вхідних і вихідних грошових потоків науковці: Яструбецька Л. С., Васюренко О. В., Шевчук В. Р., Поддегорін А. М., Кірейцев Г. Г., Губачова О. М., Бланк І. О., Васюренко О. В., Терещенко О. О., Колузанова Н. О. та ін.

В свою чергу основною метою управління грошовими потоками підприємства є забезпечення фінансової стабільності підприємства в процесі його господарської діяльності через досягнення рівноваги між обсягом надходження і витрачання ним грошових коштів [1, с. 18-20].

Управління грошовими потоками передбачає цілеспрямований вплив на процеси акумуляції грошових коштів, їх витрачання та перерозподіл з метою забезпечення платоспроможності, фінансової рівноваги, ритмічності та ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства [2, с. 273].

Грошовий потік не є обсягом грошових коштів, які надійшли або виплачуються підприємством, це є процес надходження і витрачання грошових ресурсів [3].

На сайті «Мій бізнес» зазначено, що грошові потоки – це будь-які операції, які або приносять бізнесу грошові кошти, або виводять гроші з бізнесу, у готівковій та безготівковій формі [4].

Проаналізувавши літературні джерела, можна зробити висновок, що грошовий потік підприємства – це сукупність розподілених за окремими інтервалами періоду часу надходжень та виплат грошових коштів, що генеруються його господарською діяльністю, рух який пов'язаний з чинниками часу, ризику та ліквідності.

Управління грошовими потоками передбачає цілеспрямований вплив на процеси акумуляції грошових коштів, їх витрачання та перерозподіл з метою збалансування фінансово-господарської діяльності підприємства.

На сьогодні основні методики аналізу руху грошових потоків є досить розробленими і в загальному вигляді усі підходи можна об'єднати в такий алгоритм:

- ідентифікація руху грошових потоків за їх окремими видами;

- визначення загального обсягу грошових надходжень та витрат в періоді, що аналізується;
- оцінка факторів внутрішнього та зовнішнього характеру, які впливають на формування грошового потоку підприємства;
- аналіз коефіцієнтів, які характеризують ефективність формування грошового потоку підприємства.

Проведений аналіз фінансового стану ПАТ «Полтавський турбомеханічний завод» дозволяє виділити такі пропозиції рекомендації у виборі пріоритетів мети при вирішенні дилеми «прибуток або грошовий потік» (з урахуванням рекомендацій по оптимізації грошових потоків).

Як відзначалося раніше, необхідно мобілізувати грошові ресурси для здійснення реконструкції й модернізації свого виробництва з метою здійснення рентабельної діяльності.

Особливу увагу в процесі формування грошових потоків підприємства варто приділяти механізму прискорення інкасації дебіторської заборгованості, оскільки ризик несвоєчасності погашення даної заборгованості або непогашення її взагалі викликає значні невизначеності в системі управління грошовими потоками.

Отже, вдосконалення грошових потоків здійснюється шляхом вибору найкращих форм їхньої організації на підприємстві з обліком зовнішніх і внутрішніх факторів з метою досягнення їхньої збалансованості, синхронізації і зростання чистого грошового потоку.

У першу чергу необхідно домогтися збалансованості обсягів додаткового і від'ємного потоків коштів, оскільки і дефіцит, і надлишок грошових ресурсів негативно впливають на результати господарської діяльності.

Отже, в загальному можемо зробити висновок, що майже всі показники не відповідають нормативним значенням, крім коефіцієнта автономії. А отже, це свідчить про те, що підприємство є фінансово нестійким і значною мірою залежить від фінансування з боку інвесторів та від кредитів банків. І відповідно потребує покращення даної ситуації.

Основними шляхами підвищення фінансової стійкості підприємства при цьому є такі:

- підвищення ефективності використання основних фондів підприємства;
- підвищення інтенсивності використання оборотних активів підприємства;
- підвищення продуктивності праці;
- подальше збільшення обсягів реалізації товарів;
- зниження матеріальних операційних витрат.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бланк И. А. Управление денежными потоками / И. А. Бланк; 2-е изд., перераб. и доп. – К. : Ника-Центр, 2007. – 752 с.
2. Герасимчук З.В., Вахович І.М. Фінансовий менеджмент: навч. посібник // Луцький держ. технічний ун-т, Київський національний торговельно-економічний ун-т. — Вид. 2-е, переробл. і доп. — Луцьк: Надтир'я, 2007. — 412 с.
3. Клименко О. В. Теоретичне визначення та класифікація грошових потоків підприємства / О.В. Клименко // Ефективна економіка. – 2013. – №9.
4. Інтернет-клуб «Мій бізнес» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – <https://msb.aval.ua>

Свинар Вікторія Віталіївна, гр. MBA-18мз, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, viktoria.vitaliivna@ukr.net

Науковий керівник: **Мороз Олена Омелянівна**, д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця. e-mail: oomoroz@ukr.net

Svynar Viktoriia V., faculty management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, viktoria.vitaliivna@ukr.net

Moroz Olena O., scientific head: Dr. Sc. (Econ.), Professor, Head of the Department of Entrepreneurship and Financial Activity, Vinnitsia National Technical University, Vinnitsia,

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

¹ Київський національний торговельно-економічний університет

² Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті з'ясовано вплив інноваційної діяльності на економічне зростання. Доведено, що інноваційний розвиток країни надасть конкурентні переваги Україні в умовах сучасного європейського і світового ринків.

Ключові слова: *інновації, інноваційна діяльність, економіка, економічний розвиток, інноваційна економіка.*

Abstract

The article analyzes the effect of innovative activity on economic growth. It is proved that the country's innovative development will provide competitive advantages to Ukraine in the conditions of modern European and world markets.

Keywords: *innovations, innovative activity, economy, economical development, innovative economy.*

Посилення ролі інноваційної діяльності підприємств на систему функціонування стабільної національної економіки набуває особливого значення в контексті світових тенденцій та потреби реформування економіки. Зважаючи на визначальну роль, яку відіграє інноваційна діяльність на сучасному етапі розвитку національної економіки, вирішення наукової проблеми щодо з'ясування стану інновацій в Україні з наданням пропозицій щодо вирішення проблем підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємств є актуальним та своєчасним.

Підприємницькі структури функціонують в конкурентних умовах. Кожна з них намагається не тільки втримати досягнуті позиції (частка ринку, обсяги продаж, величина прибутку), але й покращити свої показники за рахунок зміни кадрової, товарної, цінової, інвестиційної, маркетингової стратегій і тактик. Досить значних результатів у забезпеченні конкурентоспроможності досягають ті підприємства, які впроваджують інновації.

Підприємство, яке впроваджує інновації має більші шанси набутися високого рівня конкурентоспроможності у порівнянні з іншими підприємствами. Тут важливим є вибір тієї інновації, яка забезпечить підприємству найбільшу ефективність. «Радикальні інновації є одним з таких шляхів, який приводить до економічного зростання за рахунок створення нових напрямків бізнесу, які приносять у світ нові характеристики товарів і послуг на ринок і може привести до створення абсолютно нових ринків» [1].

Інноваційній економіці потрібна наука високого рівня, яка забезпечує створення нових розробок, система ринкової апробації та відбору економічно ефективних розробок, а також механізми організації нового виробництва на їх основі. Ефективна інноваційна діяльність можлива лише за умови взаємовигідного партнерства держави та бізнесу [2]. На наш погляд, держава повинна бути вагомим джерелом фінансування розвитку науково-технічної та інноваційної діяльності.

Серед організаційно-економічних заходів, що сприяють підвищенню ефективності використання інноваційного потенціалу підприємства слід виділити такі:

- ініціація створення галузевих банків і формування кредитних інноваційних союзів для фінансування нововведень, венчурних фірм, підтримка фінансового лізингу, франчайзингу, сприяння акумуляції коштів у приватних акціонерних, суспільних, міжнародних структурах;
- організація постійно діючих науково-технічних ярмарок, виставочних комплексів зі стендами нових розробок наукових установ, нової продукції підприємств, бізнес-планів інноваційних пропозицій;
- координація інноваційної діяльності підприємств через формування власної інноваційної стратегії розвитку кожного підприємства;

- стимулювання інновацій шляхом розміщення в технопарках або на підприємствах бізнес-інкубаторів державних замовлень, передача збиткової комунальної власності інноваційним структурам, відстрочка сплати патентних мит для ресурсозберігаючих винаходів;
- ініціювання створення місцевою владою інноваційних структур, надання їм юридичних, консультаційних, ділових і інших послуг, допомога в пошуку партнерів, складання угод під гарантії місцевих органів влади, захист інтересів наукових організацій;
- регулювання інноваційного підприємництва шляхом податкових пільг, цільових субсидій, звільнення від місцевих платежів, надання кредитів під гарантії муніципалітету;
- сприяння міжнародної науково-технічної й інноваційної кооперації;
- акумулювання вільних коштів за рахунок оптимізації управління бюджетом, його планування й виконання, підтримка структурної збалансованості доходної і витратної частин бюджету [1].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Комарницька Н. М. Фактори впливу на систему управління інноваційною діяльністю підприємства / Н. М. Комарницька // Бізнес Інформ. – 2015. – № 7. – С. 129–134.
2. Романець І. В., Мороз О. О., Гончаренко Т. В. Державно-приватне партнерство в управлінні інноваційною діяльністю // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2015. – № 3. – С. 48–54.

Мороз Ірина Олегівна, к.е.н., доцент кафедри кібернетики та системного аналізу, Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ, e-mail: iomoroz200@gmail.com

Губанова Людмила Іванівна, к.е.н., доцент, м. Вінниця

Мовчан Лариса Володимирівна, гр. MBA-18мз, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Moroz Iryna O., Ph.D. in Economics, Associate Professor of the Department of Cybernetics and System Analysis, Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, e-mail: iomoroz200@gmail.com

Hubanova Lyudmila I., Ph.D. in Economics, Associate Professor, Vinnitsa

Movchan Larysa V., faculty management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТА ЇЇ МІСЦЕ У СИСТЕМІ ПРЕВЕНТИВНОГО АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Проаналізовано сутність та ключові функції фінансової діагностики. Обґрунтовано важливість фінансової діагностики у системі превентивного антикризового управління підприємством.

Ключові слова: діагностика, фінансовий стан, антикризове управління, підприємство, фінансові показники, моніторинг.

Abstract

The essence and key functions of financial diagnostics have been analyzed. The importance of financial diagnostics in the system of preventive crisis management of the enterprise has been substantiated.

Keywords: diagnostics, financial condition, crisis management, enterprise, financial indicators, monitoring.

Вступ

Ефективність управління фінансовими ресурсами визначає можливість підприємства контролювати власний фінансовий стан на реалізовувати заплановані організаційні та ринкові цілі. В умовах мінливого зовнішнього середовища та жорсткої ділової конкуренції необхідною умовою ефективного управління фінансовими ресурсами є наявність достовірної та своєчасної оцінки фінансового стану підприємства, яку можна отримати лише в результаті проведення комплексної діагностики. Таким чином, проблема правильного і ефективного проведення діагностики фінансового стану є актуальною як для поточного фінансового забезпечення, так і для стратегічного розвитку підприємства.

Проблемам діагностики фінансового стану підприємства присвячені праці таких вчених, як О.А.Сметанюк, Н.С.Назаренко, Н.М.Ветрова, Ю.С.Копчак. Методичні підходи, принципи та методи діагностики розглядаються у працях С.В.Приймак, О.В.Расвєнєвої, С.О.Степуриної і О.Є. Найдєнко та ін. Проте, в сучасних умовах проблеми діагностики фінансового стану підприємств все ще залишаються актуальними і саме тому потребують наукового та систематизованого підходу до їх вивчення.

Результати дослідження

Узагальнюючи найбільш розповсюджені на сьогоднішній день визначення, можна вважати, що фінансова діагностика – це систематична та комплексна робота по ідентифікації фінансового стану підприємства та визначення динаміки його ключових показників [1 - 3]. При цьому метою фінансової діагностики є виявлення ранніх симптомів фінансових ускладнень та причин, які призвели до негативних тенденцій. З цих позицій фінансова діагностика, безумовно, є суттєвою складовою превентивного антикризового управління, оскільки дозволяє завчасно помітити проблемні місця і вжити заходів для недопущення розгортання кризи.

Основною цільовою установкою діагностики фінансового стану є його оцінка і виявлення резервів стабілізації, поліпшення і зростання. Засобом реалізації даної установки є організація раціональної фінансово-економічної політики.

Основна роль фінансової діагностики полягає у трьох ключових функціях, які вона виконує:

- 1) функція оцінки (визначення стану функціонування об'єкта управління);
- 2) діагностична (виявлення можливих змін стану об'єкта);
- 3) пошукова (визначення можливих заходів покращення стану суб'єкта управління).

На наш погляд, за допомогою діагностики стає можливим у руслі розвитку саме цього напрямку не тільки відстежувати стан об'єкта на кожному інтервалі часу, але й ідентифікувати його стан щоб управляти ним. Фінансова діагностика становить окремий, мало досліджений вид діагностики, новий напрям аналізу і, як наслідок, нову характеристику управління. Варто уточнити, що діагностика не замінює функцію управління – аналіз, а істотно доповнює її. Тобто, цілком ідентифікувати фінансовий аналіз і діагностику неможливо.

Метою фінансової діагностики є інформаційне забезпечення управлінських рішень, в тому числі, в рамках антикризового управління, на основі оцінки майбутньої спроможності підприємства генерувати грошові потоки, отримувати прибуток та створювати додану вартість, також виявлення слабких аспектів чи додаткових можливостей. На основі цього виділяють такі основні функції фінансової діагностики:

- зменшення рівня неузгодженості рішень між особами, відповідальними за фінансовий стан, та іншими уповноваженими особами підприємства;
- прогнозування фінансового стану з достатньо високим ступенем достовірності;
- ідентифікація чинників, що впливають або вже вплинули на покращення чи погіршення фінансових параметрів підприємства [4].

Отже, можна вважати фінансову діагностику повноцінною системою превентивного моніторингу, яка включає методологічні основи економічного аналізу, господарського обліку, різноманітні концепції, підходи та механізми встановлення слабких сторін підприємства.

Висновки

Діагностика фінансового стану вважається на даний момент одним з найбільш ефективних та інформативних засобів контролю фінансового стану підприємств та організацій. Основними перевагами використання фінансової діагностики є швидка оцінка поточної ситуації, що, в свою чергу, дає можливість оперативно реагувати на зовнішні та внутрішні загрози. Як наслідок, суттєво знижується рівень фінансових ризиків у процесі фінансового управління підприємствами та організаціями. Саме тому фінансову діагностику слід розглядати як важливу складову превентивного антикризового управління підприємствами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бровко Л. Фінансово-економічна діагностика і шляхи підвищення ефективності діяльності підприємства / Л. І. Бровко, Я. В. Кінах // Бізнесінформ. – №10. – 2017. – С. 105-110.
2. Мец В. О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства: навчальний посібник / В. О. Мец. – К.: Вища школа, 2013. – 278 с.
3. Найдено О.Є. Методика діагностики стану внутрішнього середовища підприємства / Вісник Східноукраїнського нац. ун-ту ім. В. Даля. – № 2(84). – 2015. – С. 162-170.
4. Копчак Ю.С. Проблеми діагностики фінансового стану і стійкості функціонування підприємства. / Вісник СумДУ. – № 9(68). – 2016. –С. 23-34.

Шварц Ірина Володимирівна – канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: s.irinach502@gmail.com

Моргунова Вероніка Сергіївна – студентка групи 2МФК-17м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, ВНТУ, м.Вінниця

Ліхнякевич Олександр Володимирович – студент групи 2МФК-17м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, ВНТУ, м. Вінниця

Shvarts Iryna Volodymyrivna – Ph.D. (Econ.), Associate Professor, Associate Professor of Department of entrepreneurship and financial activities, Vinnitsia National Technical University, Vinnitsia, e-mail: s.irinach502@gmail.com.

Morgunova Veronika Sergeevna – student of group 2MFK-17m, Faculty of Management and Information Security, VNTU, Vinnytsia

Likhnyakivich Alexander Vladimirovich – student of group 2MFK-17m, Faculty of Management and Information Security, VNTU, Vinnytsia

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙНИХ НАВЧАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті проаналізовано сучасні форми розвитку персоналу на основі інноваційних навчальних технологій. Розглянуто класифікацію форм навчання, згрупованих за принципом – на робочому місці або поза робочим місцем.

Ключові слова: управління персоналом, система управління, ефективність, персонал, кадри, управлінські рішення, діяльність, сучасне підприємство.

Abstract

The article analyzes modern forms of personnel development based on innovative educational technologies. The classification of forms of study, grouped according to the principle - in the workplace or out of the workplace, is considered.

Keywords: management, control system, efficiency, personnel, shots, administrative decisions, activity, modern enterprise, a personnel.

Вступ

Управління кадрами є багатограним і складним процесом, який характеризується своїми специфічними особливостями і закономірностями. Успішний розвиток організації передбачає управління набором, навчанням, оцінюванням, системою винагородження персоналу, тобто створення, удосконалення методів, процедур, програм організації таких процесів.

Питанню розвитку персоналу присвячені наукові дослідження О.О. Гетьман, А.В. Плясун, Т.П. Збрицької, Г.О. Савченко, М.С. Татаревської, А.О. Коваленка, І.О. Мартиненка, І.В. Партика, К.А. Марченка та інших вчених. Проте сучасне ділове середовище динамічно змінюється, особливо під впливом розвитку нових технологій, відповідно постійного вдосконалення та змін вимагають і форми розвитку персоналу. Таким чином, існує необхідність удосконалення системи розвитку персоналу підприємств та організацій на основі інноваційних технологій.

Результати дослідження

У найзагальнішому вигляді система роботи з персоналом складається із шести взаємозалежних підсистем: кадрова політика, добір персоналу, оцінка, розміщення, адаптація, навчання.

Розвиток персоналу – один із напрямів діяльності в управлінні персоналом і найважливіша умова успішного функціонування будь-якої організації. Для вирішення проблем кадрового забезпечення модернізації економіки і впровадження інновацій необхідно змінити процес отримання професійної освіти, передбачивши розвиток системи безперервної професійної освіти (спрямованої на задоволення потреб підприємств у висококваліфікованих інженерно-технічних фахівцях, їх кар'єрного росту) та варіативної системи додаткової професійної освіти (що дозволяє оперативно розширювати обсяг і підвищувати рівень додаткових професійних компетенцій працівників) [1].

Інноваційний розвиток вимагає створення ефективної внутрішньо корпоративної системи розвитку людських ресурсів, спрямованої на підвищення професійного і творчого потенціалу працівників, рівня управлінських і професійних компетенцій, мотивації до безперервного саморозвитку.

Наростаюча швидкість змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі промислових підприємств змушує вже сьогодні активно займатися подальшим вдосконаленням системи навчання з урахуванням цих змін, причому комплексно для всіх категорій персоналу. Насамперед варто підвищити її економічну ефективність і зробити акцент на індивідуальному обліку потреби працівників в навчанні, створити середовище, яке стимулює працівників до отримання нових знань і саморозвитку, а також ширшого використання сучасних технологій навчання («навчання дією», тренінги, метод кейсів, ділові ігри, дистанційне навчання і так далі). Одне з основних завдань, яке має вирішуватися в процесі управління професійним розвитком персоналу, реалізація науково-методичних засад функціонування системи безперервної багаторівневої підготовки фахівців.

Навчання персоналу компанії – це інвестиції в майбутнє самої компанії. Давно доведено, що головна цінність будь-якої компанії полягає не в грошах, технологіях, ресурсах, а в людях. Кваліфіковані співробітники не тільки забезпечують стабільність і ефективність роботи, але і багаторазово підвищують вартість самої компанії [2].

Сьогодні спектр можливих форм навчання, які використовуються як в Україні, так і за кордоном досить широкий. Розглянемо класифікацію цих форм навчання, згрупованих за принципом – на робочому місці, або поза робочим місцем.

Технології навчання на робочому місці. До подібних технологій належать ті, які найкраще підходять для розвитку компетенцій, допомагаючи фахівцеві краще виконувати його завдання або функції. Вони не тільки проводяться на робочому місці, але і використовують фактичні обов'язки співробітника для його вдосконалювання.

Найпростіша форма навчання на робочому місці – робота під керівництвом досвідченого співробітника, що дозволяє спостерігати та копіювати методи його роботи. Метою такого навчання є дати можливість «новачкові» спостерігати за тим, як досвідчений фахівець виконує ті або інші обов'язки або як поводить себе в тій або іншій ситуації. Ця технологія проста і майже не вимагає витрат. Один із популярних у деяких компаніях варіант цієї технології спостереження полягає в тому, що недосвідченого співробітника призначають на посаду асистента, і він працює під керівництвом досвідченого фахівця [3].

Ще один варіант – новому співробітнику доручають обов'язки іншого, як правило більш досвідченого, під час його відсутності, що дозволяє «новачкові» перенести на практику свої знання. Такий метод краще використовувати в сполученні з іншими, більш стимулюючими технологіями.

Інструкції. Учень не просто спостерігає за діями досвідченого співробітника, але й одержує прямі вказівки. Інструкції можуть видаватися письмово або усно, доповнюватися контрольними списками або графіками, методиками або навчальними матеріалами. Основна мета застосування методу – правильне виконання учнем поставлених процедур або заповнення тих чи інших документів.

Демонстрація. Досвідчений фахівець дає інструкцію, проводить демонстрацію, а потім дає можливість новачкові освоїти навик.

Створення команди – технологія, що дозволяє заохочувати співробітництво, ділитися інформацією і створювати атмосферу довіри. З одного боку вона дозволяє перебороти егоїзм, кар'єризм та індивідуалізм учасників команди; з іншого боку – у команді важко помітити індивідуальний внесок учасників.

Навчання дією – технологія групового навчання, коли співробітники поєднуються для виконання наборів навчальних дій, щоб обмінятися досвідом вирішення реальних робочих проблем, задати один одному питання і спільно знайти рішення. Ситуації, що вимагають безпосереднього вирішення проблем, допомагають співробітникам розвиватися.

Робочі проекти – робочі завдання або спеціальні проекти, що відбивають повсякденне життя організації. Звичайно робочий проект – інтегрована програма із заздалегідь обраною метою або концепцією. У цілому проект забезпечує структурований контекст для розвитку співробітника в ситуації реальної роботи. Для розробки і реалізації проекту формується група зі співробітників різних підрозділів. Завдання проектної команди – протягом певного строку провести всі необхідні дослідження та інші дії, визначити мету і завдання проекту, орієнтовані на рішення реальної проблеми, розробити рекомендації для його практичного впровадження і завершення.

Іноді члени проектної команди не тільки дають рекомендації, але і продовжують роботу над проектом і його практичним втіленням у життя. Можливості навчання, які дає проект, пов'язані як з конкретним завданням, так і із процесом формування команди.

Технології навчання поза робочим місцем, але «усередині» компанії.

До таких технологій відноситься відрядження. За допомогою цієї технології компанії розширюють світогляд співробітників, допомагають їм одержати досвід у незнайомих ситуаціях і відкривають нові перспективи. Один з найпоширеніших видів відряджень – робота в новій філії компанії, в офісі організації-клієнта або партнера, робота в іншій компанії або галузевому комітеті, робота в урядовій або експертній комісії або комітеті [4].

Ротація – це перехід фахівця з однієї посади на іншу або «обмін» фахівцями між підрозділами. Як правило, використовується при реалізації «горизонтальної кар'єри», формуючи широкий спектр універсальних і професійних навичок і компетенцій.

Коучинг і пов'язані з ним технології. Коучинг з'явився в 1980-х роках як нова професія, нова технологія. Поняття «коучинг» прийшло з галузі роботи спортивних тренерів (від англ. coach – тренер), які вимагали від спортсменів фантастичних результатів через поєднання можливостей духу і власного тіла. Сьогодні коучинг перетворився в технологію успіху, що допомагає виявити і розвивати приховані ресурси.

Послугами коучерів користуються директори компаній, керівники державних і недержавних організацій, менеджери та прості службовці для того, щоб побудувати бажану кар'єру, досягти фінансової незалежності, стати успішною людиною в родині, бізнесі.

До коучингу належать 5 технологій:

- коучинг;
- консультування;
- наставництво;
- створення мережі особистих контактів (які можуть виявитися корисними в майбутньому);
- спонсорство (коли досвідчений співробітник бере шефство над молодшим колегою, щоб допомогти йому розвинути кар'єру).

Технології навчання поза робочим місцем.

Конференції – заходи, де кілька ораторів читають доповіді і роблять презентації з використанням аудіовізуальних демонстрацій, за темами, що є цікавими для аудиторії. У перервах між доповідями проходять ще майстер-класи.

Виставки. Комерційні виставки залучають багато компаній-виробників товарів і послуг. Їхня продукція демонструється на окремих стендах, там же можна поспілкуватися із представниками цих компаній, одержати інформацію і зразки продукції, а також взяти участь у конкурсах.

Бенчмаркінг – це візити в інші організації для дослідження певних особливостей їхньої діяльності, успішних методів роботи або інновацій.

Обмін візитами – це взаємні відвідування з метою бенчмаркінгу. Однак вони менш регламентовані і часто їхня основна мета пов'язана з PR, а не з навчанням.

Екстрим-тренінги. Ця технологія передбачає навчання співробітників не в навчальному класі, а на свіжому повітрі. Ідея таких тренінгів полягає у використанні природного середовища для навчання командній роботі, організаторським навичкам і лідерству, розвитку витривалості, наполегливості, концентрації, рішучості і уміння ефективно спілкуватися.

Для активізації людського фактора в нових економічних і політичних умовах, для багатьох підприємств назріла об'єктивна необхідність формування якісно нової корпоративної системи навчання. Сьогодні міжнародні та українські компанії, реалізуючи стратегічний підхід до розвитку своїх людських ресурсів, неминуче приходять до побудови власних корпоративних систем навчання [4].

Висновок

Отже, головна мета розглянутих вище інноваційних методів навчання і розвитку персоналу – мінімізувати розрив між наявним і необхідним рівнем розвитку персоналу, обумовленим глобальною конкуренцією і організаційними змінами. Максимальний ефект від впровадження проєктів корпоративної системи навчання, як показує досвід, досягається тоді, коли вже на етапі її створення налагоджуються взаємозв'язки з усіма основними елементами системи управління персоналом: підбір – адаптація – мотивація – атестація – ротація.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Цимбалюк С. О. Технології управління персоналом : навч. посіб. / С. О. Цимбалюк. – К. : КНЕУ, 2009. – 399 с.
2. Управління розвитком персоналу: навчальний посібник / Т. П. Збрицька, Г. О. Савченко, М. С. Татаревська / За заг. ред. М. С. Татаревської. – Одеса : Атлант, 2013. – 427с.
3. Управління персоналом : підруч. / В. М. Данюк, А. М. Колот, Г. С. Суков та ін. ; за заг. та наук. ред. В. М. Данюка. – Вид. 2-ге, зі змін. – Київ : КНЕУ ; Краматорськ (Донец. обл.) : НКМЗ, 2014. – 666 с.
4. Управление персоналом организации : учебник / Под ред. А. Я. Кибанова. – 3-е изд., доп. и перераб. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 638 с.

Шварц Ірина Володимирівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, s.irinach502@gmail.com

Яворська Катерина Леонідівна студентка групи МЗД-18м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, ВНТУ, м.Вінниця, e-mail: 1moz.14b.katerina@gmail.com

Shvarts Iryna Volodymyrivna – PhD in economics, Associate professor, business and financial activity Department, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: s.irinach502@gmail.com.

Yavorska E. L., student of group MZD-18m, Faculty of Management and Information Security, VNTU, Vinnytsia, e-mail: 1moz.14b.katerina@gmail.com

АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ГЕНЕТИЧНОГО АЛГОРИТМУ В КРИПТОГРАФІЧНИХ ШИФРАХ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ КРИПТОСТІЙКОСТІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі розглянуто та детально проаналізовано можливість використання математичного апарату генетичного алгоритму в криптографічних шифрах для підвищення їх криптостійкості. Описано основні властивості генетичного алгоритму та обґрунтовано його стійкість.

Ключові слова: генетичний алгоритм, криптографія, криптостійкість.

Abstract

The paper considers and analyzes the possibility of using the mathematical apparatus of the genetic algorithm in cryptographic ciphers to increase their cryptographic stability. The basic properties of the genetic algorithm are described and its stability is substantiated.

Keywords: genetic algorithm, cryptography, cryptostability.

Вступ

Криптографія в основному означає зберігати таємну або приховану інформацію. Існує ряд функцій, пов'язаних з криптографією. Однією з них є конфіденційність, яка в основному означає, що особи, які застосовують криптографічні алгоритми, методи та схеми повинні бути впевнені, що ніхто не матиме доступ напряму до їх інформації, коли вона перебуває в мережі. В даній галузі це можливо зробити лише розшифрувавши шифротекст, іншими словами зламати шифр або ж мати певний секретний ключ для проведення процесу дешифрування.

Метою роботи є аналіз можливості використання генетичного алгоритму в криптографічних шифрах для підвищення їх криптостійкості.

Результати дослідження

Генетичні алгоритми (ГА) базуються на концепції "виживання найбільш придатних" і працюють над тим, щоб знайти оптимальне або майже оптимальне рішення для оптимізації завдань.

Генетичні алгоритми це клас алгоритмів оптимізації. ГА має на меті вирішення завдань шляхом моделювання спрощеної версії генетичних процесів. Є багато проблем, для яких підхід ГА є корисним.

В цій роботі досліджується можливість використання ГА в криптографічному алгоритмі RSA для підвищення його криптостійкості. Як традиційний криптоаналіз, так і ГА-методи реалізовані в програмному забезпеченні. Результати потім порівнюються, використовуючи показники пройденого часу та відсоток успішних дешифрувань. Встановлюється визначення кожного розглянутого шифру стосовно обґрунтованості підходів, що базуються на ГА.

Нападів на генетичний алгоритм, знайденого в літературі, всього дванадцять, сім було повторно впроваджено. З цих семи лише троє досягли будь-якого успіху. Успішними нападами були ті, що стосувалися шифрів перенесення та перестановок. Ці напади були додатково вивчені в спробі покращити їх успіх. На жаль, ця спроба була невдалою, як і намагання застосувати інші типи атак [61].

Основна ідея ГА полягає в тому, щоб моделювати процес природного відбору, де застосовуються генетичні оператори для покращення генерації. Поетапно генетичний алгоритм виглядає наступним чином:

1. Оператор відбору: призначення цього оператора полягає у виборі кращих батьків, щоб передавати кращі характеристики до наступного покоління. Переваги кожного окремого покоління в певному поколінні залежать від його придатності, яка може бути розрахована об'єктивною функцією або суб'єктивним судженням.

2. Схрещення: за допомогою оператора виділення вибираються два найкращі об'єкти з множини об'єктів, а також вибирається випадкова точка схрещення. Біти міняються місцями в рядах бітів вибраних об'єктів, враховуючи випадкову точку схрещення [62].

Наприклад:

Якщо $S1 = 11111111$ і $S2 = 00000000$, а точкою схрещення було випадково вибрано 5, то $S1' = 11111000$ і $S2' = 00000111$. Очевидно, що процес схрещення, вироблятиме кращі набори біт, порівняно з вихідними рядками.

Оператор схрещення також поділяється на одиночне та подвійне схрещення.

Одиночне схрещення включає в себе обмін бітами по випадково вибраній точці схрещення, як показано на рис. 1 нижче.

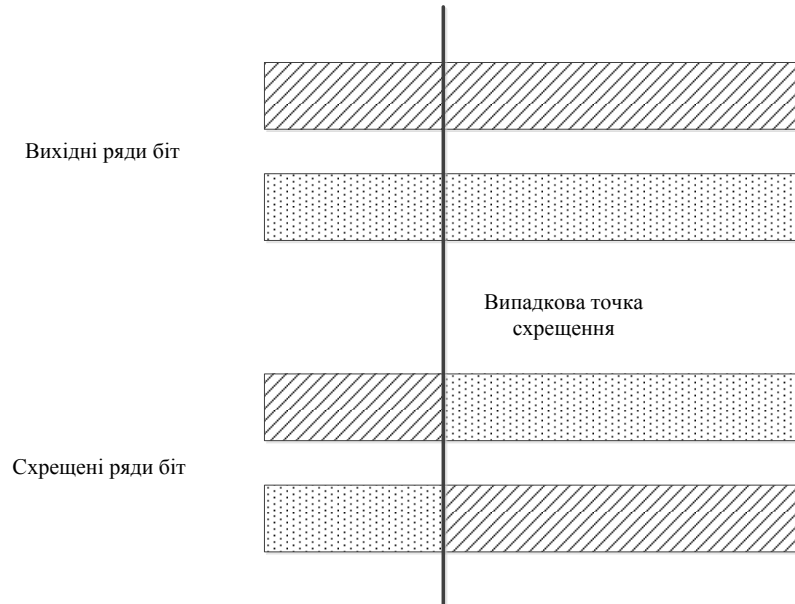


Рис. 1. Приклад одиночного схрещення

Подвійне схрещення включає в себе обмін бітами по випадково вибраних двох точках схрещення, як показано на рис. 2.

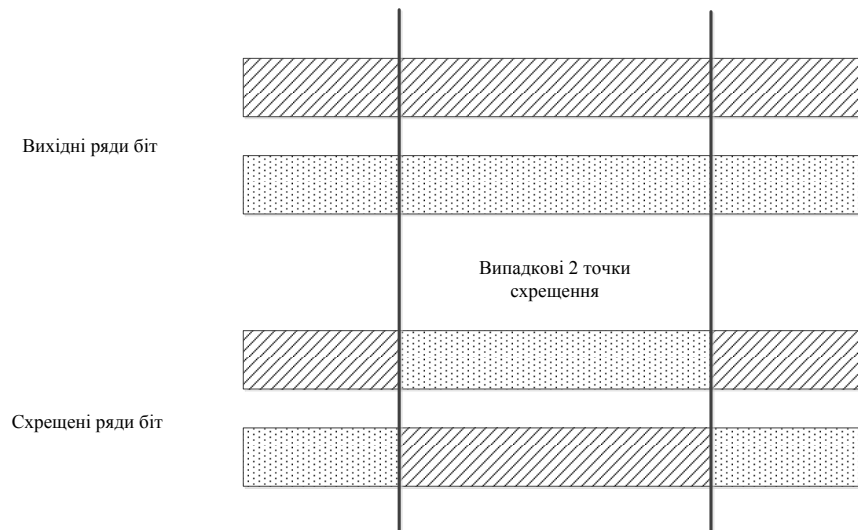


Рис. 2. Приклад подвійного схрещення

Мутація: деякі біти вихідних бітових рядків будуть перезаписані або змінені, щоб зберегти різноманітність.

Варто зазначити, що генетичному алгоритму притаманні такі чотири особливості:

- вони обробляють не значення параметрів самого завдання, а їх закодовану форму;
- здійснюють пошук рішення виходячи не з однієї точки, а з їх деякої популяції;
- використовують тільки цільову функцію, а не її похідні або іншу додаткову інформацію;
- застосовують імовірнісні, а не детерміновані правила вибору.

Перераховані чотири властивості, які можна сформулювати також як кодування параметрів, операції на популяціях, використання мінімуму інформації про завдання і рандомізація операцій

приводять у результаті до стійкості генетичних алгоритмів і до їх переваги над іншими широко вживаними технологіями.

Таким чином, використовуючи генетичні алгоритми при утворенні шифротексту чи генерації ключів, можна підвищити стійкість утворюваних послідовностей, що в свою чергу підвищить криптостійкість самого алгоритму шифрування інформації.

Висновки

У даній роботі було детально проаналізовано математичний апарат генетичного алгоритму. Описані його основні властивості та функції, такі як оператор відбору, мутації та схрещення. Обґрунтовано можливість його використання для підвищення стійкості криптографічних шифрів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гулак Г. М. Основи криптографічного захисту інформації / Г.М. Гулак, В.А. Мухачов, В.О. Хорошко, Ю.Є. Яремчук – Вінниця, 2011 – 199 с.
2. Азаров О. Д.. Комп'ютерна криптографія / Азаров О. Д., Хорошко В. О., Шелест М. Є., Мухачьов В. А., Яремчук Ю. Є. - НАУ, 2003 – 14 с.
3. Ю. Є. Яремчук. Сучасний захист інформації / Ю.Є. Яремчук, А. П. Бондарчук, С. Я. Довбня, Ю. І. Хлапонін – Вінниця, 2013.
4. Cryptography [Electronic Resource]. – Mode of access : URL : <https://en.wikipedia.org/wiki/Cryptography> - Назва з екрану.
5. Strong cryptography [Electronic Resource]. – Mode of access : URL : https://en.wikipedia.org/wiki/Strong_cryptography - Назва з екрану.

Цимбал Олександр Ігорович — магістр, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: ramonesz297@outlook.com.

Науковий керівник: **Яремчук Юрій Євгенович** — доктор технічних наук, професор, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Tsybmal Alexander Igorovich — master degree, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: ramonesz297@outlook.com.

Supervisor: **Yaremchuk Yuriy E.** — Ph. D., professor, management and security of information Systems department; Vinnitsa.

АНАЛІЗ ВРАЗЛИВОСТЕЙ КРИПТОГРАФІЧНОЇ СХЕМИ ЦИФРОВОГО ПІДПISУВАННЯ ECDSA

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі розглянуто та детально проаналізовано вразливість криптографічної схеми цифрового підписування ECDSA – генерація двох однакових цифрових підписів при використанні однієї і тієї ж пари сеансового та приватного ключів..

Ключові слова: сеансовий ключ, цифрове підписування, криптографія, ECDSA.

Abstract

The paper examines and details the vulnerability of the ECDSA cryptographic digital signature scheme - the generation of two identical digital signatures using the same pair of session and private keys.

Keywords: session key, digital signing, cryptography, ECDSA.

Вступ

У сучасному світі криптографічні методи широко застосовуються в системах безпеки. При цьому забезпечення цілісності на сьогодні є не менш актуальною задачею, ніж забезпечення конфіденційності інформації. Якщо задача конфіденційності вирішується за допомогою криптосистем, то для забезпечення цілісності інформації використовують криптографічні протоколи. Найбільш розповсюдженими є протоколи цифрового підписування.

Метою роботи є аналіз вразливостей криптографічної схеми цифрового підписування ECDSA.

Результати дослідження

ECDSA (Elliptic Curve Digital Signature Algorithm) - алгоритм з відкритим ключем для створення цифрового підпису, аналогічний за своєю будовою DSA, але побудований, на відміну від нього, не над колом цілих чисел, а в групі точок еліптичної кривої.

Стійкість алгоритму шифрування ґрунтується на проблемі дискретного логарифма в групі точок еліптичної кривої. На відміну від задачі простого дискретного логарифма і задачі факторизації цілого числа, не існує субекспоненціального алгоритму для задачі дискретного логарифма в групі точок еліптичної кривої. З цієї причини «стійкість на один біт ключа» істотно вище в алгоритмі, який використовує еліптичні криві.

Алгоритм ECDSA в 1999 р був прийнятий як стандарт ANSI, в 2000 р - як стандарт IEEE і NIST. Також в 1998 р алгоритм був прийнятий стандартом ISO. Незважаючи на те, що стандарти ЕЦП створені зовсім недавно і знаходяться на етапі вдосконалення, одним з найбільш перспективних з них на сьогоднішній день є ANSI X9.62 ECDSA від 1999 - DSA для еліптичних кривих.

ECDSA є дуже легким алгоритмом для реалізації ЕЦП. Найважливішою перевагою ECDSA є можливість його роботи на значно менших полях F_p . Як, загалом, з криптографією еліптичної кривої, передбачається, що бітовий розмір відкритого ключа, який буде необхідний для ECDSA, дорівнює подвійному розміру секретного ключа в бітах. Для порівняння, при рівні безпеки в 80 біт (тобто атакуючому необхідно приблизно 2^{80} версій підписів для знаходження секретного ключа), розмір відкритого ключа DSA дорівнює, принаймні, 1024 біт, тоді як відкритого ключа ECDSA - 160 біт. З іншого боку розмір підпису однаковий і для DSA, і для ECDSA: $4t$ біт, де t - рівень безпеки, який вимірюється в бітах, тобто - приблизно 320 біт для рівня безпеки в 80 біт.

Для підписування повідомлень необхідна пара ключів - відкритий і закритий. При цьому закритий ключ повинен бути відомий тільки тому, хто підписує повідомлення, а відкритий - будь-кому для перевірки справжності повідомлення. Також загальнодоступними є параметри самого алгоритму.

На сьогоднішній день не відомо практично реалізованих атак при правильному виборі параметрів, хоча існує проблема пов'язана з можливим створенням однакового цифрового підпису для

двох різних повідомлень при використанні одного і того ж сеансового та приватного ключа, тому актуальним залишається питання і підвищення стійкості цих методів цифрового підписування.

Висновки

У даній роботі було детально проаналізовано криптографічну схему цифрового підписування ECDSA, розглянуто та описано її головні переваги та недоліки, до яких відноситься ймовірність генерації однакового цифрового підпису для двох різних повідомлень. Даний випадок можливий лише при виборі неправильних параметрів або при використанні статичного сеансового ключа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гулак Г. М. Основи криптографічного захисту інформації / Г.М. Гулак, В.А. Мухачов, В.О. Хорошко, Ю.Є. Яремчук – Вінниця, 2011 – 199 с.
2. Азаров О. Д.. Комп'ютерна криптографія / Азаров О. Д., Хорошко В. О., Шелест М. Є., Мухачьов В. А., Яремчук Ю. Є. - НАУ, 2003 – 14 с.
3. Ю. Є. Яремчук. Сучасний захист інформації / Ю.Є. Яремчук, А. П. Бондарчук, С. Я. Довбня, Ю. І. Хлапонін – Вінниця, 2013.
4. Cryptography [Electronic Resource]. – Mode of access : URL : <https://en.wikipedia.org/wiki/Cryptography> - Назва з екрану.
5. Elliptic Curve Digital Signature Algorithm [Electronic Resource]. – Mode of access : URL : https://en.wikipedia.org/wiki/Elliptic_Curve_Digital_Signature_Algorithm - Назва з екрану.

Шпортюк Назар Юрійович — бакалавр, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: shportyuk.nazar@gmail.com.

Науковий керівник: **Яремчук Юрій Євгенович** — доктор технічних наук, професор, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Shportiuk Nazar Yuriyovych — bachelor degree, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: shportyuk.nazar@gmail.com.

Supervisor: **Yaremchuk Yuriy E.** — Ph. D., professor, management and security of information Systems department; Vinnitsa.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ЦИФРОВИХ ВОДЯНИХ ЗНАКІВ ДО ГЕОМЕТРИЧНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ РАСТРОВИХ ЗОБРАЖЕНЬ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У даній роботі проаналізовано існуючі стеганографічні методи вбудовування цифрових водяних знаків в зображення. Для надійного захисту авторського права було підвищено стійкість цифрових водяних знаків до геометричних перетворень у системах безпеки на основі визначення особливих точок зображення.

Ключові слова: стеганографія, цифровий водяний знак, захист авторського права, особливі точки зображення, стеганографічна стійкість.

Abstract

In the given work the existing steganographic methods of embedding of digital watermarks in an image are analyzed. For reliable copyright protection, the stability of digital watermarks has been increased to geometric transformations in security systems based on the definition of specific points of the image.

Keywords: steganography, digital watermark, copyright protection, special point of view, steganographic stability.

Вступ

У зв'язку із швидкими темпами інформатизації сучасного суспільства гостро постає проблема захисту авторського права на електронні документи. Одним з перспективних методів захисту, які відповідають вимогам конфіденційності і, в той же час, мінімальних тимчасових і вартісних витрат, є метод стеганографічного приховування інформації, який в додатку до завдань захисту документів реалізує застосування технологій цифрових водяних знаків (ЦВЗ) [1]. Проте існуючі методи синхронізації цифрових водяних знаків мають один суттєвий недолік, а саме невисоку стійкість до геометричних перетворень. Найбільше переваг мають методи синхронізації на базі особливих точок.

Метою доповіді є підвищення стійкості ЦВЗ до геометричних перетворень шляхом визначення особливих точок зображення.

Результати дослідження

У роботі було запропоновано один із перших методів ЦВЗ, що включає в себе синхронізацію за особливими точками. Спосіб визначення таких точок використовує властивості декомпозиції зображення на базі вейвлету МНАТ – «мексиканський капелюх». На основі виділених точок виконувалося розбиття зображення на сегменти згідно діаграмі Вороного. ЦВЗ незалежно вкраплювався в кожний сегмент методом розширення спектра [2].

Також у роботі для визначення особливих точок використовується різниця зображень, отримана на двох різних рівнях розкладу за допомогою вейвлету МНАТ. Але на відміну від попереднього дослідження метод синхронізації передбачає нормалізацію сегментів зображення за геометричними центральними моментами, яка зокрема використовується для розпізнавання образів. Самі сегменти для вкраплення будуються у вигляді кіл, що не перетинаються та мають центрами виділені особливі точки. Всередині цих кіл визначаються два блоки 32 на 32 пікселя, в середньочастотні коефіцієнти ДПФ яких вкраплюється ЦВЗ. Одні й ті ж 16 бітів ЦВЗ послідовно вкраплюються в 16 пар визначених стеганоключем коефіцієнтів амплітудного спектра кожного виділеного сегменту зображення. ЦВЗ вважається присутнім у зображенні, якщо після атак він буде знайденим хоча б в двох виділених сегментах [3-5].

Для визначення особливих точок слугує модифікований детектор Харріса, а як сегменти використовуються кола радіусом 90 пікселів. Як переваги детектора Харріса зазначено його

інваріантність до повороту і зсуву, часткову інваріантність до зміни яскравості. Як недолік – чутливість до масштабування [6].

Даний метод включає в себе автоматичну синхронізацію ЦВЗ за особливими точками зображення без привнесення додаткових шумів. Крім того, у даному методі локалізація ЦВЗ кодується за допомогою контенту зображення і ЦВЗ не може бути знищеним без суттєвого спотворення контенту.

Висновки

В доповіді запропоновано метод вбудовування ЦВЗ на базі особливих точок зображення, виділених за допомогою детектора кутів Харріса. Метод потребує однорідного розподілу виділених точок. Для його одержання запропоновано розбивати зображення на блоки в центрі окружності яких знаходяться особливі точки. Запропонований метод є стійким до геометричних перетворень а саме зсуву та повороту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Хорошко В.О. Комп'ютерна стеганографія: [навчальний посібник] / В. О. Хорошко, Ю. Є. Яремчук, В. В. Карпинець. – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 155 с.
2. Михайличенко О.В., Коробейников А.Г, Каменева С.Ю. Применение стеганографических методов сокрытия информации в неподвижных изображениях // Труды международных научно-технических конференций „Интеллектуальные системы” (IEEE AIS'06) и „Интеллектуальные САПР (CAD-2006)”: в 3 т. М.: Физмалит, 2010. Т.2. – С. 511- 515.
3. Аграновский А.В. Основы компьютерной стеганографии / А.В. Аграновский, П.Н. Девянин, Р.А. Хади, А.В. Черемушкин. – М.: Радио и связь, 2013. – 152 с.
4. Конахович Г.Ф. Компьютерная стеганография. Теория и практика. / Г. Ф. Конахович, А. Ю. Пузыренко – К.: МК-Пресс, 2006. – 288 с.
5. Михайличенко О.В., Прохожев Н.Н., Коробейников А.Г. Повышение устойчивости стегано алгоритмов частотной области на основе дискретно-косинусного преобразования к внешним воздействиям // Научно-технический вестник СПб ГУ ИТМО – СПб.: СПб ГУ ИТМО, 2009.– вып. 2(60). – С.102–104.
6. Грибунин В.Г. Цифровая стеганография. / В.Г. Грибунин, И.Н. Оков, И.В. Туринцев - М.: СОЛОН-Пресс, 2012.

Василь Васильович Карпинець – к.т.н., доцент кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Ольга Володимирівна Салієва – аспірант, кафедра 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.

Olga V Salieva – postgraduate, Department of Management and Information Systems Protection, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

МОДЕЛЬ ПРОЦЕСУ ПРОСТОРОВОГО РОЗПОВСЮДЖЕННЯ СУСПІЛЬНОЇ ДУМКИ В УМОВАХ ЕЛЕКТРОННОЇ ДЕМОКРАТІЇ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі побудовано модель для опису динаміки просторових ефектів процесу розповсюдження суспільної думки в умовах електронної демократії при розгляді суспільства як неперервного середовища та здійснено її аналіз. Показано, що застосування нелінійних диференціальних рівнянь з частинними похідними параболічного типу може описувати процес зміни суспільної думки.

Ключові слова: суспільна думка, електронна демократія, розповсюдження, моделювання, нелінійні диференціальні рівняння у частинних похідних.

Abstract

The method for description for space dynamic of social states propagation in frame of electronic democracy is obtained. Society as continuum media was considered. It is shown that the process of exchanging of the social state can be described by the nonlinear differential equations of parabolic type.

Keywords: social state, electronic democracy, propagation, modeling, nonlinear differential equations of parabolic type.

Вступ

У Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні [1] електронна демократія (е-демократія) визначається як «форма суспільних відносин, за якої громадяни та організації залучаються до державотворення та державного управління, а також до місцевого самоуправління шляхом широкого застосування інформаційно-комунікаційних технологій». В [2,3] підкреслюється, що е-демократія у широкому розумінні передбачає залучення громади до вирішення різноманітних суспільно-політичних завдань за допомогою сучасних інформаційних технологій.

Суспільна думка часто має емоційне забарвлення, для неї має місце ефект зараження, коли емоція чи емоційне відношення до факту чи об'єкту передається від однієї людини чи соціальної групи до іншої. Це призводить до того, що суспільна думка, яка сформована локально на відносно невеликій території може, за певних умов, досить стрімко розповсюдитися на широке коло людей та соціальних груп, які проживають на значно більшій території.

Пришвидшує процес такого переносу наявність широкого спектру соціальних мереж, що особливо впливає на молоде покоління, яке все більше відділяється від реального світу та заглиблюється в уявний світ Інтернету. Підсилює розповсюдження негативних складових суспільної думки також та обставина, що, перебуваючи в уявному світі соціальних мереж та Інтернету, молоде покоління поступово втрачає навички аналітичного сприйняття повідомлень та, що має критичну важливість, для організації їх перевірки в світі реальному.

Враховуючи наведене, побудова моделей для опису ефектів, які мають місце при просторовому розповсюдженні суспільної думки, є актуальною науковою задачею. Актуальність її особливо підвищується в умовах сучасного стану України [4].

Метою роботи є побудова та аналіз моделі для опису просторових ефектів процесу зміни суспільної думки в умовах електронної демократії. Детально результати викладено у [5].

Постановка задачі та побудова моделі

Розглянемо область $S \subset R^2$ на площині. В цій області задамо двічі диференційовану по всіх аргументах функцію $P(t, x)$. Значення цієї функції будуть задавати значення суспільної думки, яка має місце

в момент часу t в точці x . Відмітимо, що ми не використовуємо такі характеристики, як «погано», «добре» тощо – подібні характеристики можуть з'являтися лише на етапі інтерпретації моделі.

В [5] показано, що для функції $P(t, x)$ рівняння для динаміки просторових ефектів для процесу зміни суспільної думки можна записати у такому вигляді.

$$\frac{\partial P(t, x)}{\partial t} = \frac{\partial}{\partial x} \left(D(t, x, P) \cdot \frac{\partial P(t, x)}{\partial x} \right) + F(P) \quad (1)$$

Функція $D(t, x, P)$ визначається швидкістю вирівнювання суспільної думки в сусідніх точках простору, тому її можна назвати «коефіцієнтом дифузії». В загальному випадку, ця функція залежить як від часу та від точки простору, так і від поточних значень суспільної думки.

У формулі (1) наведено функцію $F(P)$, яка відповідає тій обставині, що в даній локальній точці швидкість зміни суспільної думки може залежати від поточної суспільної думки нелінійним чином. Наприклад, швидкість зміни суспільної думки конкретної людини може змінитися під впливом її комунікації з іншими людьми. Інтенсивність комунікацій пропорційна, як правило, квадрату кількості комунікантів (враховується припущення щодо парної комунікації).

Диференціальне рівняння параболічного типу (1) є нелінійним, причому нелінійність «закладена» як в коефіцієнт дифузії, так і в функцію $F(P)$. Обидві ці функції в рамках даної задачі покладаються заданими.

Для розв'язання рівняння потрібно задати ще початкові умови. Найчастіше використовуються умови Коші у такому вигляді

$$P|_{t=0} = P_0(x). \quad (2)$$

Таким чином, задаючи функції $D(t, x, P)$, $F(P)$ та $P_0(x)$, рівняння (1) дозволяє повністю описати досить широкий клас просторових ефектів процесу зміни суспільної думки.

Обговорення отриманих результатів

Описана вище модель отримана за таких припущень.

1. Суспільне середовище можна представити як неперервну двовимірну область.

Такий підхід буде відповідати ситуації, коли нас цікавлять географічні особливості процесу формування та зміни суспільної думки. Такий метод переходу від дискретної системи до неперервної є типовим для моделювання соціальних процесів [6].

2. Має місце процес вирівнювання суспільної думки між двома просторово-близькими точками суспільства. При цьому результатом буде певне «середнє» значення суспільної думки.

Це припущення виконується практично завжди, так як люди, які знаходяться достатньо близько одне від одного, активно обмінюються інформацією [6, 7]. Наприклад, приїжджають одне до одного в гості, на відпочинок, за покупками тощо.

Звичайно, в ряді випадків може мати місце випадок локальної просторової самоізоляції людей (тогалитарна релігійна секта, «чайна-тауни» тощо). Проте такі випадки легко враховуються в рамках моделі тим, що в цих точках покладається значення $D=0$.

3. Має місце зміна суспільної думки з часом в даній точці. Як правило, суспільна думка для ізолюваної соціальної групи може приймати лише обмежену кількість дискретних значень [6]. Часто політики зводять їх взагалі до двох граничних значень: «підтримує» чи «не підтримує».

В якості прикладу розглянемо одномірний випадок рівняння (1). Він може відповідати, наприклад, розгляду просторової динаміки суспільної думки за напрямком «схід – захід» для України.

Підстановкою $\varphi = x - V \cdot t$ [5, 8] рівняння (1) зводиться до

$$W \frac{dW}{dP} + VW + F(P) = 0 \quad (3)$$

Тут введено позначення $W = dP/d\varphi$, а V є швидкість розповсюдження хвилі, тобто характеризує просторову швидкість зміни суспільної думки.

Функція $F(P)$ задається особливостями комунікації людей. Кількість комунікантів, у першому наближенні, є квадратичною за кількістю комунікантів [9], кожен із яких, у загальному випадку, має свою власну думку. Тому в якості першого наближення можна покласти, що функція $F(P)$ є квадратичною та має два дійсні корені P_1 та P_2 .

В цьому випадку рівняння (4) має вигляд фронту («сходинок»), який розповсюджується вздовж осі x , змінюючи значення суспільної думки від меншого значення P_1 до більшого значення P_2 . Такий автомодельний розв'язок наведено на рис. 1. При цьому ширина хвилі визначається величиною коефіцієнта дифузії D .

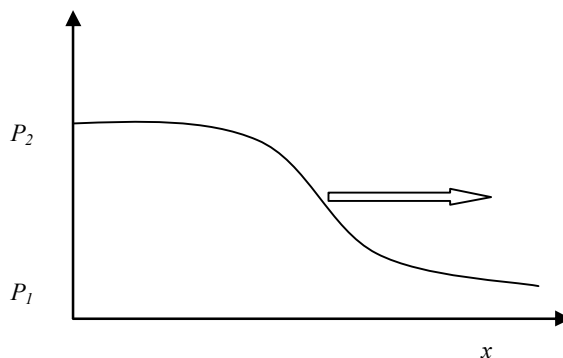


Рис. 1. Схематичне зображення автомодельного розв'язку у вигляді хвилі зміни суспільної думки

Використовуючи рівняння (1) та (3) можна отримати для різних видів функції $F(P)$ описи різних ситуацій для зміни суспільної думки (наприклад, у вигляді системи «сходинок», «сплесків» тощо [5,8]).

В загальному випадку, особливо для конкретних умов, розв'язок параболічного рівняння з частинними похідними (1) може бути знайдене лише чисельними методами або шляхом комп'ютерного моделювання. Також слід відзначити, що при цьому автомодельного рішення може бути не досягнуто, так як для його формування потрібен певний час, протягом якого хвиля проходить певну відстань. І якщо розміри території будуть замалими, то хвиля може не встигнути сформуватися.

Висновки

В роботі побудовано модель для опису динаміки просторових ефектів процесу розповсюдження суспільної думки в умовах електронної демократії при розгляді суспільства як неперервного середовища та здійснено її аналіз. Показано, що застосування нелінійних диференціальних рівнянь з частинними похідними параболічного типу може описувати процес зміни суспільної думки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні: розпорядження Кабінету міністрів України від 15 трав. 2013 р. № 386-р. Офіційний вісник України від 21.06. 2013 р. № 44. Ст. 1581.
2. Грицяк Н. В. Електронна демократія / Н. В. Грицяк, С. Г. Соловйов. — К. : НАДУ, 2015 — 66 с.
3. Електронне урядування та електронна демократія: навч. посіб.: у 15 ч. / за заг. ред. А.І. Семенченка, В.М. Дрешпака. — К., 2017. Частина 1: Вступ до курсу. Концептуальні засади електронного урядування та електронної демократії / В.Я. Малиновський, Н.В. Грицяк, А.І. Семенченко. — К.: ФОП Моска ленко О. М., 2017. — 70 с.
4. Фельштинський Ю. Третя світова: битва за Україну / Ю. Фельштинський, М. Станчев. — К. : Наш формат, 2015. — 456 с.
5. Шиян А.А. Модель процесу просторового розповсюдження суспільної думки в задачах управління інформаційною безпекою / А.А. Шиян, Ю.Є. Яремчук, Л.О. Нікіфорова, В.В. Сінюгін // Сучасний захист інформації. — 2015. — №2. — С.34-39.
6. Самарский А.А. Математическое моделирование: Идеи. Методы. Примеры / А.А. Самарский, А.П. Михайлов. — М. : Физматлит, 2001. — 320 с.

7. Gehlbach S. Formal Models of Domestic Politics (Analytical Methods for Social Research) / S. Gehlbach. — Cambridge: Cambridge University Press, 2013. — 246 p.
8. Васильев В.А. Автоволновые процессы / В.А. Васильев, Ю.М. Романовский, В.Г. Яхно. — М. : Наука, 1987. — 240 с.

Шиян Анатолій Антонович — канд. фіз.-мат. наук, професор кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет

Shiyan Anatoliy A. — PhD, Professor of Department of Management and Information Systems Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : Anatoliy.a.shiyan@gmail.com

ЕЛЕКТРОННІ ЗАСОБИ ПОЛІТИКИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ НА ДЕРЖАВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В даній роботі досліджуються переваги та недоліки реалізації процесів захисту інформації на вітчизняних підприємствах на основі сучасних методів та засобів. Предметом дослідження є методи формування політики інформаційної безпеки на державних підприємствах.

Ключові слова: політика інформаційної безпеки, державне підприємство, інформаційна безпека, аутентифікація.

Abstract

In this work, the advantages and shortcomings of realizing information security processes at domestic state enterprises based on modern methods and tools are investigated. The subject of the research is the methods of formation of information security policy at state enterprises.

Keywords: information security policy, state enterprise, information security, authentication.

Вступ

Із процесом розвитку активної інформатизації суспільства, який відбувається протягом кількох десятиліть в Україні і в усьому світі загалом, виникла нова глобальна проблема – інформаційна безпека. Також слід звернути увагу на те, що все більшого значення набуває забезпечення інформаційної безпеки на мікрорівні, а саме на рівні державних підприємств. Основні інтереси організацій в даний час значною мірою визначаються саме станом навколишнього інформаційного середовища. Цілеспрямовані або ненавмисні впливи на інформаційну сферу з боку зовнішніх або внутрішніх джерел можуть завдавати серйозної шкоди цим інтересам і становлять загрози та ризики для безпеки загалом. Сьогодні інформаційна безпека є необхідною та невід'ємною умовою для правильного і безперервного функціонування підприємства. Саме тому виникає необхідність розроблення і впровадження політики інформаційної безпеки на державних підприємствах.

Мета дослідження полягає у підвищенні рівня інформаційної безпеки на державних підприємствах засобами методів аутентифікації.

Результати дослідження

У процесі планування і проектування системи захисту інформації будь-якого державного підприємства, в першу чергу, необхідно розробляти та впроваджувати політику інформаційної безпеки. Політика безпеки – це набір законів, правил і практичних рекомендацій, на основі яких будується управління, захист і розподіл критичної інформації в системі [1]. Вона повинна охоплювати всі особливості процесу оброблення інформації конкретного підприємства, визначаючи при цьому поведінку системи в різних ситуаціях. Політика безпеки реалізується за допомогою організаційних заходів та програмно-технічних засобів, що визначають архітектуру системи захисту. Відсутність правильно розробленої та впровадженої політики інформаційної безпеки частіше за все стає причиною успішності зловмисників у випадках кібератак. Для конкретної організації політика безпеки повинна бути індивідуальною, залежною від конкретної технології оброблення інформації, використовуваних програмних і технічних засобів, розташування організації і т.п.

Якщо розглядати політику інформаційної безпеки з точки зору економічної безпеки підприємства, то все більш очевидною стає залежність загального рівня її від інформаційної складової. Практика показує, що будь-яка акція конкурентів, спрямована проти інтересів господарського суб'єкта, починається зі збору інформації: навіть дрібне розкрадання звичайно випереджає вивчення особою зі злочинними задумами можливості протиправних дій, і без відповідного інформаційного забезпечення

не представляються такі деструктивні прояви, як відведення активів підприємства або рейдерське захоплення [2-4].

Захист інформації, забезпечення інформаційної безпеки на підприємстві повинно носити системний характер, тобто різні засоби захисту (апаратні, програмні, фізичні, організаційні) повинні застосовуватися одночасно і під єдиним управлінням. Існує велика кількість інструментів забезпечення інформаційної безпеки: засоби ідентифікації та аутентифікації користувачів, засоби шифрування інформації, міжмережні екрани, віртуальні приватні мережі, засоби контентної фільтрації, інструменти перевірки цілісності вмісту дисків, засоби антивірусного захисту, системи виявлення вразливостей мереж і аналізатори мережових атак. Як правило, кожен із цих інструментів має певні недоліки, крім того, під час розроблення політики інформаційної безпеки на підприємстві не можна нехтувати процедурою аутентифікації користувача – встановлення за допомогою спеціальних програмних засобів достовірності користувача [5].

Аутентифікація користувача включає дві процедури - ідентифікацію та верифікацію. Підсистема аутентифікації користувачів – найважливіший компонент корпоративної системи інформаційної безпеки і її значення важко переоцінити [6]. Підсистема аутентифікації підтверджує особу користувача інформаційної системи і тому повинна бути надійною і адекватною, тобто виключати всі помилки в наданні доступу. Майже всі методи аутентифікації страждають на один недолік - вони, насправді, аутентифікують не конкретного суб'єкта, а лише фіксують той факт, що аутентифікатор суб'єкта відповідає його ідентифікатору. Тобто всі відомі методи не захищені від компрометації аутентифікатора [7-10].

Отже, існуючі методи аутентифікації різні за ступенем надійності, і, як правило, з посиленням захисту різко зростає ціна систем, що вимагає при виборі засобів аутентифікації аналізу ризиків та оцінки економічної доцільності застосування тих чи інших заходів захисту. Проте останнім часом «співвідношення сил» в області ефективності застосовуваних методів аутентифікації змінюється. Саме тому, під час розроблення політики інформаційної безпеки конкретного підприємства важливо звернути увагу на те, якого виду засоби аутентифікації будуть всебічно доцільними для використання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Комплексні системи захисту інформації : навчальний посібник / [Яремчук Ю. Є., Павловський П. В., Катаєв В. С., Сінюгін В. В.] – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 120 с.
2. Азарова А. О. Вибір, планування та реалізація стратегії розвитку підприємства [Текст] / А. О. Азарова, Н. С. Желюк // Актуальні проблеми економіки, №12. – 2010. – С. 91–100.
3. Азарова А. О. Розробка методики визначення економічної безпеки підприємства [Текст] / А. О. Азарова, О. В. Гаврилова // Збірник наукових праць «Економіка: проблеми теорії та практики». – Дніпропетровськ : ДНУ, 2004. – Вип.191, т. III. – С. 719–727.
4. Азарова А. О. Математичні моделі оцінювання стратегічного потенціалу підприємства та прийняття рішень щодо його підвищення [Текст] / А. О. Азарова, О. В. Антонюк. — Вінниця : ВНТУ, 2012. – 168 с.
5. Романец Ю. В. Защита информации в компьютерных системах и сетях / Ю. В. Романец, П. А. Тимофеев, В. Ф. Шаньгин ; под ред. В. Ф. Шаньгина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Радио и связь, 2001. – 376 с.
6. Щеглов А.Ю. Защита компьютерной информации от несанкционированного доступа [Текст] / А.Ю. Щеглов. – СПб.: Наука и техника, 2004. – 384 с.
7. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №79708. Комп'ютерна програма „Захист інформації від несанкціонованого копіювання шляхом прив'язки до унікальних параметрів вінчестера і використання ключа активації” / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Каплун І. С., Щербатюк А. В. Заявка від 05.06.2018 р. №80958. Дата реєстрації 11.06.2018 р.
8. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №79707. Розробка контролеру кодового доступу до сейфа на мікроконтролері Arduino / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Каплун І. С., Щербатюк А. В. Заявка від 05.06.2018 р. №80960. Дата реєстрації 14.06.2018 р.
9. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №80464. Комп'ютерна програма „Мобільний додаток для захищеного передавання конфіденційних даних у смартфонах” / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Бадя Ю. В. Заявка від 12.06.2018 р. №81238. Дата реєстрації 24.07.2018 р.
10. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №79708. Комп'ютерна програма „Програмний модуль ідентифікації користувача за відбитками пальців через смартфон з подальшою авторизацією” / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Мисько Ю. О., Колган В. А. Заявка від 05.06.2018 р. №80951. Дата реєстрації 11.06.2018 р.

Азарова Анжеліка Олексіївна – к.т.н., проф. каф. МБІС, заст. декана Факультету менеджменту та інформаційної безпеки з наукової роботи та міжнародного співробітництва Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: azarova.angelika@gmail.com.

Хісмаутулліна Валентина Фаніліївна – студентка гр. УБ-156 факультету менеджменту та інформаційної безпеки, м. Вінниця, e-mail: khismatullinatina@gmail.com

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

Khismatullina Valentyna F. – Department of management and security of information systems, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Захист інформації в базах даних

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В даній статті розглянуто питання захисту інформації в базах даних та методи їх захисту. Проаналізовано основні методи захисту інформації в базах даних, виявлено їх позитивні та негативні сторони. А також в даній роботі розглянуто основні моделі безпеки для організації доступу до бази даних та процедури ідентифікації, аутентифікації та авторизації в СУБД.

Ключові слова: інформація, захист інформації, база даних (БД), система управління базами даних (СУБД), цілісність, конфіденційність, доступність, несанкціонований доступ, моделі безпеки, управління доступом, ідентифікація, аутентифікація, авторизація.

Abstract

This article deals with the protection of information in databases and methods of protection. The basic methods of protecting information in databases revealed their positive and negative sides. Also in this paper, the basic security model to provide access to the database and procedures identification, authentication and authorization in the DBMS.

Key words: information, information security, database (DB) database management system (DBMS), integrity, confidentiality, availability, unauthorized access, security model, access control, identification, authentication, authorization.

Вступ

За умови стрімких темпів розвитку інформаційних технологій, збільшення кількості загроз інформації, ступеня невизначеності їх виникнення і реалізації, а також складності систем захисту інформації та їх спеціалізованої спрямованості, набуває актуальності завдання побудови системи захисту інформації.

Захист інформації – це сукупність організаційно-технічних заходів і правових норм для попередження заподіяння збитку інтересам власника інформації. Тривалий час методи захисту інформації розроблялися тільки державними органами, а їхнє впровадження розглядалося як виключне право тієї або іншої держави. Проте в останні роки з розвитком комерційної і підприємницької діяльності збільшилося число спроб несанкціонованого доступу до конфіденційної інформації, а проблеми захисту інформації виявилися в центрі уваги багатьох вчених і спеціалістів із різноманітних країн. Слідством цього процесу значно зросла потреба у захисті конфіденційної інформації.

На сьогоднішній день об'єм інформації в світі є настільки великим, що самим оптимальним методом роботи з нею є база даних. База даних – це представлена в об'єктивній формі сукупність матеріалів, систематизованих так, щоб ці матеріали могли бути знайдені і оброблені з допомогою комп'ютера. Її захист є одною із найважливіших задач на сьогоднішній день.

Результати досліджень

Поняття захисту інформації

Захист інформації – комплекс заходів, спрямованих на забезпечення найважливіших аспектів інформаційної безпеки. На сьогоднішній день існують такі аспекти захисту інформації, як:

- цілісність – захист інформації від несанкціонованої модифікації;
- конфіденційність – захист від несанкціонованого ознайомлення з інформацією;
- доступність – захист (забезпечення) доступу до інформації, а також можливості її використання. Доступність забезпечується як підтриманням систем в робочому стані так і завдяки способам, які дозволяють швидко відновити втрачену чи пошкоджену інформацію.

Відповідно, до даних аспектів захисту інформації, виділяють наступні загрози інформації:

- загрози цілісності (знищення та модифікація інформації);
- загрози доступності (блокування та знищення інформації);
- загрози конфіденційності (несанкціонований доступ (НСД), витік та розголошення інформації).

Система називається безпечною, якщо вона, використовуючи відповідні апаратні і програмні засоби, управляє доступом до інформації так, що тільки належним чином авторизовані особи або ж діють від їхнього імені процеси отримують право читати, писати, створювати і видаляти інформацію. Очевидно, що абсолютно безпечних систем немає, і тут мова йде про надійну систему у сенсі "система, якій можна довіряти" (як, наприклад, можна довіряти людині). Система вважається надійною, якщо вона з використанням достатніх апаратних і програмних засобів забезпечує одночасну обробку інформації різного ступеня секретності групою користувачів без порушення прав доступу. Основними критеріями оцінки надійності є:

- політика безпеки;
- гарантованість.

Політика безпеки, будучи активним компонентом захисту (включає в себе аналіз можливих загроз і вибір відповідних заходів протидії), відображає той набір законів, правил і норм поведінки, яким користується конкретна організація при обробці, захисту та поширенні інформації. Вибір конкретних механізмів забезпечення безпеки системи здійснюється відповідно до сформульованої політики безпеки.

Гарантованість, будучи пасивним елементом захисту, відображає міру довіри, яка може бути надана архітектурі та реалізації системи (іншими словами, показує, наскільки коректно обрано механізми, що забезпечують безпеку системи).

У надійній системі повинні реєструватися всі події, що відбуваються і стосуються безпеки (повинен використовуватися механізм підзвітності протоколювання, що доповнює аналізом заповненої інформації, тобто аудитом). При оцінці ступеня гарантованості, з якою систему можна вважати надійною, центральне місце займає достовірна (надійна) обчислювальна база. Достовірна обчислювальна база (ДОБ) являє собою повну сукупність захисних механізмів комп'ютерної системи, яка використовується для втілення в життя відповідної політики безпеки. Надійність ДОБ залежить виключно від її реалізації та коректності введених даних (наприклад, даних про благонадійність користувачів, які визначаються адміністрацією). Кордон ДОБ утворює периметр безпеки. Компоненти ДОБ, що знаходяться всередині цього кордону, повинні бути надійними (отже, для оцінки надійності комп'ютерної системи досить розглянути тільки її ДОБ). Від компонентів, що знаходяться поза периметром безпеки не потрібно надійності. Однак це не повинно впливати на безпеку системи.

Так як зараз широко застосовуються розподілені системи обробки даних, то під "периметром безпеки" розуміється межа володінь певної організації, у підпорядкуванні якої знаходиться ця система. Тоді за аналогією те, що знаходиться всередині цього кордону, вважається надійним. За допомогою шлюзової системи, яка здатна протистояти потенційно ненадійній, а може навіть і ворожого оточення, здійснюється зв'язок через цей кордон. Контроль допустимості виконання суб'єктами певних операцій над об'єктами, тобто функції моніторингу, виконується достовірною обчислювальною базою. При кожному зверненні користувача до програм або даних, монітор перевіряє допустимість даного звернення (узгодженість дії конкретного користувача зі списком дозволених для нього дій). Реалізація монітора звернень називається ядром безпеки, на базі якої будуються всі захисні механізми системи. Ядро безпеки має гарантувати власну незмінність.

Поняття бази даних та основні методи захисту інформації в ній

База даних (БД) - упорядкований набір логічно взаємопов'язаних даних, що використовується спільно, та призначений для задоволення інформаційних потреб користувачів. У технічному розумінні включно й система управління БД.

Система управління базами даних (СУБД) - це комплекс програмних і мовних засобів, необхідних для створення баз даних, підтримання їх в актуальному стані та організації пошуку в них необхідної інформації.

Головним завданням бази даних (БД) є збереження значних обсягів інформації (даних). Дані в базах даних повинні зберігатися з гарантування безпеки та конфіденційності. Інформація не повинна бути загубленою або викраденою. Загрози втрати конфіденційної інформації стали звичайним явищем у сучасному комп'ютерному світі. Якщо в системі захисту є недоліки, то даним може бути завдано шкоди, наприклад, такої як:

- порушення цілісності даних;

- втрата важливої інформації;
- попадання важливих даних стороннім особам і т.д.

Кожен збій роботи бази даних може паралізувати роботу цілих корпорацій, фірм, що призведе до великих матеріальних втрат.

Методи захисту баз даних в СУБД умовно можна поділити на дві групи: основні та додаткові.

До додаткових засобів захисту БД можна віднести:

- вбудовані засоби контролю даних;
- забезпечення цілісності зв'язків таблиць;
- організація спільного використання об'єктів БД в мережі.
- До основних методів захисту відносять:
- захист паролем;
- шифрування;
- розділення прав доступу до об'єктів БД;
- захист полів і записів таблиць БД.

Захист паролем – є самим простим способом захисту БД від несанкціонованого доступу.

Паролі можуть бути встановлені користувачами або адміністраторами. Їх облік і зберігання виконується СУБД. Паролі зберігаються в спеціальних файлах СУБД в зашифрованому вигляді. Після введення пароля користувачу надається доступ до необхідної інформації.

Не дивлячись на простоту парольного захисту, він має ряд недоліків. По-перше, пароль є вразливим, особливо якщо він не шифрується при зберіганні в СУБД. По-друге, користувачу потрібно запам'ятати або записати пароль, а при недбалому відношенні до запису пароль може стати надбанням інших.

Більш сильнішим методом захисту є шифрування. Шифрування – це процес обробки інформації за певним алгоритмом в вигляд непридатний для читання, в цілях захисту від несанкціонованого перегляду або використання. Важливою особливістю будь-якого алгоритму шифрування є використання ключа, який стверджує вибір якогось конкретного методу кодування із всіх можливих. Розрізняють два основні методи шифрування: симетричне й асиметричне. В симетричному шифруванні один і той же ключ використовується і для шифрування, і для дешифрування. В асиметричних методах застосовуються два ключі. Один з них, несекретний, використовується для шифрування і може публікуватися разом з адресою користувача, другий, секретний, застосовується для дешифрування і відомий тільки одержувачу.

Шифрування забезпечує всі три аспекти безпеки даних: конфіденційність, цілісність і доступність.

В цілях контролю використання основних ресурсів СУБД в багатьох системах є засоби розділення прав доступу до об'єктів БД. Права доступу визначають можливі дії над об'єктами. Власник об'єкта, а також адміністратор БД мають всі права. Решта користувачів мають ті права і рівні доступу до об'єктів, якими їх наділили.

Дозвіл на доступ до конкретних об'єктів бази даних зберігається в файлі робочої групи. Файл робочої групи містить дані про користувачів групи і зчитується під час запуску. Файл зберігає наступну інформацію:

- імена облікових записів користувачів;
- паролі користувачів;
- імена груп, в які входять користувачі.

Всі вище описані методи є основними, але їх не використання не гарантує повного зберігання даних. Для підвищення рівня безпеки інформації в БД рекомендується використання комплексних заходів.

Моделі безпеки БД

Управління доступом в БД включає такі питання, як доступ до таблиць і її полів. Для організації цього доступу використовуються моделі безпеки, які включають дискреційну, мандатну і рольову моделі.

Способом формалізованого представлення дискреційного доступу є матриця доступу або списки управління доступом, що встановлюють перелік користувачів і перелік дозволених операцій відносно кожного об'єкта БД. Можливі декілька підходів до побудови дискреційного управління доступом: децентралізована, централізована та змішана моделі безпеки. Саме змішаний варіант реалізований у більшості СУБД.

Мандатна модель поєднує захист і обмеження прав, що використовуються відносно комп'ютерних процесів, даних і системних пристроїв, та призначена для запобігання їх небажаному

використовуванню. Для СУБД мандатна модель безпеки може розширювати або замінювати дискреційний контроль доступу і концепцію користувачів і груп.

Права доступу кожного суб'єкта і характеристики конфіденційності кожного об'єкта відображаються у вигляді сукупності рівня конфіденційності і набору категорій конфіденційності. Для реалізації безпеки за допомогою мандатної моделі рядкам і стовпцям таблиці БД приписуються мітки, які потім надаються користувачам. Ефективно застосовуватися мандатна модель може тільки разом з дискреційною.

Рольова модель – розвиток політики виборного управління доступом, при цьому права доступу суб'єктів системи на об'єкти групуються з урахуванням специфіки їх використання, утворюючи ролі. Управління правами доступу здійснюється як на основі матриці доступу, так і на основі правил, що регламентують поведінку (ролі) користувача та їх активацію під час сеансів.

Рольове розмежування доступу дозволяє реалізувати гнучкі, динамічні правила розмежування доступу. Безпека в цій моделі забезпечується чіткими визначеннями ролей адміністратора БД і користувача БД на права доступу до об'єктів БД і прав на читання, модифікацію, запис і видалення об'єктів. Технологія управління доступом на основі ролей є достатньо гнучкою і потужною, щоб змодельовувати як виборне, так і мандатне управління доступом.

Процедури ідентифікації, аутентифікації і авторизації в СУБД

Для будь-якої захищеної бази даних обов'язковими є процедури ідентифікації, аутентифікації та авторизації.

Сутність процедури ідентифікації полягає в призначенні користувачу БД – імені. Ім'я користувача – це деяка унікальна мітка, що відповідає прийнятим угодам і забезпечує однозначну ідентифікацію об'єкта реального світу в просторі об'єктів, що відображаються.

Сутність процедури аутентифікації полягає в підтвердженні автентичності користувача, що представив ідентифікатор. У ряді сучасних СУБД використовується:

- біометрична аутентифікація – це процес доведення і перевірки автентичності заявленого користувачем імені через пред'явлення користувачем своїх біометричних характеристик (наприклад, відбитки пальців і долоні, звуки голосу, обличчя, відбиток сітківки ока, особливості роботи на клавіатурі, електронний цифровий підпис);

- парольна аутентифікація – це процес доведення і перевірки автентичності заявленого користувачем імені шляхом введення ним пароля або парольної фрази. Парольні фрази забезпечують більшу безпеку, ніж короткі паролі, але вимагають більшого часу для введення. Заходами, що дають змогу підвищити надійність парольного захисту є: накладання технічних обмежень, управління терміном дії паролів, обмеження доступу до файлу паролів, обмеження кількості невдалих спроб входу в систему, використання програмних генераторів паролів;

- аутентифікація із застосуванням токенів. Токен – це предмет або пристрій, володіння яким підтверджує автентичність користувача.

Ефективність процедур ідентифікації та аутентифікації істотним чином впливає на ефективність системи безпеки в цілому. В процесі авторизації встановлюється набір можливих операцій з даними, які може здійснювати користувач.

Висновки

Отже, в даній статті проаналізовано основні моделі безпеки для організації доступу до бази даних. Тому, можна зробити висновок, що з усіх існуючих моделей безпеки найзручнішою для користувачів є рольова модель, проте вона найскладніша для адміністрування; за допомогою мандатної моделі можна створювати багаторівневі системи захисту, а найпростішою моделлю є дискреційна, але вона може виявитися надмірно детальною.

Також був проведений огляд основних методів захисту інформації в базах даних, виявлено їх переваги та недоліки. Проаналізувавши всі існуючі методи захисту інформації в БД, можна зробити висновок, що використання лише якогось певного методу не може гарантувати повного зберігання даних. Тому для підвищення рівня безпеки інформації в БД рекомендовано використання комплексних заходів.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що розробки в даній галузі є досить актуальними та важливими подальшої розробки. Бази даних мають досить високий попит у сучасному світі, саме тому їх захист потребуватиме постійного вдосконалення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Корнеев В.В. Базы данных. Интеллектуальная обработка информации / Корнеев В.В, Гареев А.Ф., Васютин С.В., Райх В.В.– М.: Нолидж, 2001. – 496 с.
2. Домарев В.В. Безопасность информационных технологий. Системный подход / Домарев В.В. – К.: ООО «ТИД «ДС», 2004. – 992 с.
3. Азарова А.О. Методичні вказівки до проведення практичних занять та до виконання самостійної індивідуальної роботи з дисципліни «Основи науково-дослідної роботи» для студентів напрямів підготовки 6.030601 – «Менеджмент» та 6.170103 – «Управління інформаційною безпекою» / Азарова А.О., Карпинець В.В. – Вінниця: ВНТУ, 2013. – 44 с.
4. Дейт К. Введение в системы баз данных. 6-е изд / Дейт К. – К.; М., СПб.: «Вильямс», 2000. – 848 с.
5. Анализ концептуальных подходов к обеспечению защиты баз данных [Электронный ресурс] // Мир компьютеров. – Режим доступа: <http://compsmir.ru/?p=112>
6. Галатенко В. Информационная безопасность [Электронный ресурс] / В. Галатенко // Открытые системы. СУБД. – 1996. – № 04. – Режим доступа: <http://www.osp.ru/os/1996/04/178931/>
7. Шифрование данных в СУБД [Электронный ресурс] // Мир компьютеров. – Режим доступа: <http://compsmir.ru/?p=118>
8. Dorothy E. Denning and Peter J. Denning Data Security // Computer Science Department, Purdue University, West Lafayette, Indiana 47907
9. A Method of Protecting Relational Databases Copyright with Cloud Watermark // Proceedings of Academy of Science, Engineering and Technology Volume 3 January 2005 ISSN 1307-6884
10. Комаров А. Базу данных не стащить! Правильные способы защитить данные в таблицах БД [Электронный ресурс] / А. Комаров // Хакер. – № 04/09 (124). – Режим доступа: <http://www.xakep.ru/magazine/xa/124/032/1.asp>

Наталія Володимирівна Касянчук – студентка групи УБ-18м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: natali109788@gmail.com

Людмила Миколаївна Ткачук – канд. економічних наук, доцент кафедри МБІС, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: ludatkachuk2017@gmail.com

Nataliia Kasianchuk - student of UB-18m group, faculty of Management and Information Security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: natali109788@gmail.com

Liudmyla Tkachuk – cand. economic sciences, Assistant Professor of Building MBIS, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: ludatkachuk2017@gmail.com

ЧАС СТАНОВЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

Вінницький національний технічний університет;

Анотація

Запропоновано метод визначення часу на створення інноваційного підприємства, що враховує витрати часу на створення команди, що дозволило зв'язати час із специфічними властивостями комунікації людей із метою спільної діяльності. Виявлено умови на функції, які можуть використовуватися при обробці експериментальних даних. Обговорено особливості застосування методу в задачах інформаційної безпеки.

Ключові слова: інформаційна безпека, критичний час, інноваційне підприємство, люди, комунікація.

Abstract

The paper constructed a method for calculating the time to innovative enterprise creation. The creation of group for support of innovation is taken into account. The specific properties of communication with people for joint activities are linked with the creation time. The conditions are found on the functions, which can be used in the processing of experimental data. The implementation of the method to problems of information security is described.

Keywords: information security, critical time, innovative enterprise, people, communication.

Вступ

Управління інформаційною безпекою включає в себе управління людськими, інформаційними, технічними, програмними, фінансовими та іншими ресурсами [1]. Інноваційне підприємство включає в себе як інноваторів, так і спеціалістів із існуючих технологій. Етап створення інноваційного підприємства є найбільш уразливим з точки зору інформаційної безпеки. Проте задача розрахунку витрат часу на створення інноваційного підприємства, як найбільш поширеної структури для впровадження інновацій, залишилися за межами інтересів дослідників. Разом із тим сьогодні, коли для інновацій має місце прискорене старіння та час їх відновлення іншими суб'єктами складає лічені місяці, ця задача набуває вже не тільки наукової новизни, але й значного практичного сенсу для здійснення ефективного управління інноваційним процесом.

Таким чином, визначення часу, який необхідний для створення інноваційного підприємства, є актуальною науковою задачею у сфері інформаційної безпеки, результати якої є важливими для практичної діяльності. Він є важливим також для широкого класу задач, таких як швидкість впровадження інновацій, характеристики інноваційного зростання економіки регіону чи країни в цілому, створення умов для інноваційного зростання тощо.

Метою роботи є дослідження часу на створення інноваційного підприємства як фактору інформаційної безпеки.

Результати дослідження

Введемо в розгляд функцію $N(t)$, яка описує для інноватора залежність зростання кількості його комунікантів із часом. Інноватор мотивований впроваджувати розроблену ним інновацію, тому він стрімко нарощує контакти [2]. Залежність кількості комунікантів від часу задовольняє, в загальному випадку, таким умовам.

$$\frac{dN(t)}{dt} > 0, \quad \frac{d^2N(t)}{dt^2} > 0 \quad (1)$$

Перша нерівність в (1) відповідає тому, що інноватор весь час шукає нових контактів, і тому кількість його комунікантів весь час зростає. Друга нерівність відповідає тому, що швидкість зростання

кількості комунікантів (приріст комунікантів за одиницю часу) також зростає із зростанням кількості вже існуючих комунікантів [3].

Для інноватора важливими є не всі комуніканти, але лише ті, із якими він зможе (схоче) разом впроваджувати інновацію. Тому кількість ефективних комунікантів $N_{ef}(t)$ є такою.

$$N_{ef}(t) = \alpha(N, t) \cdot N(t); \quad \alpha(N, t) \ll 1 \quad (2)$$

Загальними вимогами функції $E(N)$, яка описує ефективність діяльності підприємства в залежності від кількості людей в ній до цієї функції є такі.

$$\frac{dE(N)}{dN} = \begin{cases} > 0, \text{ if } N < N_c; \\ = 0, \text{ if } N = N_c; \\ < 0, \text{ if } N > N_c. \end{cases} \quad (3)$$

$$\frac{d^2 E(N)}{dN^2} < 0, \forall N \quad (4)$$

Враховано, що зростання уповільнюється [4]. Коли кількість людей на підприємстві стає більшою за певну критичну N_c , то ефективність починає спадати.

Умови (3) та (4) забезпечують наявність тільки одного максимуму у функції $E(N)$, який досягається при $N = N_c$. В загальному випадку може у функції $E(N)$ може існувати декілька максимумів, враховуючи можливість залежності інновації від масштабу [4].

Враховуючи (3)-(4), час, який є необхідним для створення ефективного інноваційного підприємства, може бути знайдено як розв'язок такого рівняння.

$$N_{ef} = \alpha[N(t_c), t_c] \cdot N(t_c) = N_c \quad (5)$$

Із врахуванням умов (1)-(4) таке рішення завжди існує та, за умови монотонності функції $\alpha(N, t)$, є єдиним.

Рівняння (4) може бути суттєво спрощене за умови, що $\alpha(N, t) = \alpha_0$, тобто є сталою функцією. Тоді (5) можна записати у вигляді такої рівності.

$$t_c = N^{-1}\left(\frac{N_c}{\alpha_0}\right) \quad (6)$$

В (6) через $N^{-1}(N)$ позначено функцію, яка є оберненою до функції $N(t)$. Внаслідок умови (1) ця функція може бути завжди розрахована однозначно.

Час, що необхідний на формування інноватором команди для створення інноваційного підприємства може бути покладений в основу методів захисту від негативного інформаційного та інформаційно-психологічного впливу (деталі див. у [5]).

Співвідношення (5) або його спрощений варіант (6) надає такий варіант цільової функції та дозволяє аналізувати управлінські дії з точки зору її мінімізації.

Іншими словами, задача в загальному випадку ставиться в такому вигляді. Нехай існує вектор управляючих параметрів $\bar{x} = \{x_1, \dots, x_k\}$. Саме від цього вектору будуть залежати характеристики нашої задачі, такі як ефективність комунікацій α та оптимальна кількість команди із управління інноваційним підприємством N_c . Тоді задача управління інноваційним кліматом у регіоні чи державі запишеться у вигляді такої задачі на оптимізацію.

$$\bar{x}_{opt} = \arg \min_{\bar{x}} [\alpha(\bar{x}), N(\bar{x})] \quad (7)$$

Негативний сторонній інформаційний вплив може бути ідентифікований як спроба використати такі показники управляючих параметрів $\bar{x}$, які відрізняються від $\bar{x}_{opt}$.

Підкреслимо, що, так як вибір управляючих параметрів $\bar{x}$ здійснюється, як правило, політичним шляхом (наприклад, модифікацією регіонального чи державного законодавства), то негативний вплив найчастіше здійснюється саме із застосуванням інформаційних та інформаційно-психологічних технологій. Тому задачі протидії таким впливам відноситься саме до задач інформаційної безпеки людини, соціальної групи та держави.

Висновки

Запропоновано метод визначення часу на створення інноваційного підприємства, що враховує витрати часу на створення команди, що дозволило зв'язати час із специфічними властивостями комунікації людей із метою спільної діяльності. Виявлено умови на функції, які можуть використовуватися при обробці експериментальних даних. Обговорено особливості застосування методу в задачах інформаційної безпеки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Андреев В.І., Козюра В.Д., Скачек Л.М., Хорошко В.О. Стратегія управління інформаційною безпекою. – К. : ДУІКТ, 2007. – 277 с.
2. Shiyan A.A., Nikiforova L.O. Why Do Inefficient Innovation Institutions Exist in Russia and Ukraine? Mechanisms for Correcting Them, // Innovation & Organizational Behavior eJournal. – 2012. – V. 1, Issue 40. – 31 p. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1981199>.
3. Jackson M. Social and Economic Networks. – Princeton : Princeton University Press, 2010. – 520 p.
4. Mas-Collel A., Whinston M. D., Green J. R. Microeconomic Theory. – Oxford : Oxford University Press, 1995. – 977 p.
5. Нікіфорова Л.О., Яремчук Ю.Є., Шиян А.А. Метод визначення часу на створення інноваційного підприємства як фактору інформаційної безпеки // Правове, нормативне та метрологічне забезпечення системи захисту інформації в Україні. – 2014. – Випуск 2 (28). – С.11-14.

Нікіфорова Лілія Олександрівна — канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: brasik@ukr.net

Nikiforova Liliia O. — Cand. Sc. (Econ), Associate Professor of Department of Economics of Firms and Enterprise Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: brasik@ukr.net

ПОБУДОВА ВЕБ-ДОДАТКІВ НА ОСНОВІ МІКРОСЕРВІСНОЇ АРХІТЕКТУРИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто метод побудови веб-додатків на основі мікросервісної архітектури. Визначено переваги та недоліки використання даного архітектурного стилю.

Ключові слова: веб-додаток, мікросервіс, архітектура, сервіси, протокол.

Abstract

The method of constructing web-based applications based on microservice architecture is considered. The advantages and disadvantages of using this architectural style are determined.

Keywords: web application, microservice, architecture, services, protocol.

Вступ

Термін «Мікросервісна архітектура» набув поширення в останні кілька років як опис способу дизайну додатків у вигляді набору незалежно розгорнутих сервісів. На жаль, існує не так багато інформації, яка описує, що таке мікросервіси і як застосовувати їх.

Метою роботи є огляд методу побудови веб-додатків на основі мікросервісної архітектури.

Результати дослідження

Архітектурний стиль мікросервісів - це підхід, при якому єдиний додаток будується як набір невеликих сервісів, кожен з яких працює у власному процесі і взаємодіє з іншими використовуючи легковагі механізми, як правило HTTP. Ці сервіси побудовані навколо бізнес-потреб і розгортаються незалежно з використанням повністю автоматизованого середовища. Існує абсолютний мінімум централізованого управління цими сервісами. Самі по собі ці сервіси можуть бути написані на різних мовах і використовувати різні технології зберігання даних.[1]

Архітектура мікросервісів використовує бібліотеки, але їх основний спосіб розбиття додатку - шляхом ділення його на сервіси. Бібліотеки визначаються як компоненти, які підключаються до програми і викликаються нею в тому ж процесі, в той час як сервіси - це компоненти, що виконуються в окремому процесі і взаємодіють між собою через веб-запити або remote procedure call (RPS).

Головна причина використання сервісів замість бібліотек - це незалежне розгортання.

Інший наслідок використання сервісів як компонентів - більш явний інтерфейс між ними. Більшість мов програмування не мають хорошого механізму для оголошення Published Interface. Часто тільки документація і дисципліна запобігають порушення інкапсуляції компонентів. Сервіси дозволяють уникнути цього через використання явного механізму віддалених викликів.

Тим не менше, використання сервісів подібним чином має свої недоліки. Дистанційні виклики працюють повільніше, ніж виклики в рамках процесу, і тому API повинен бути менш деталізованим (coarser-grained), що часто призводить до незручності у використанні.

Мікросервісний підхід до розбиття має на увазі розбиття на сервіси відповідно до потреб бізнесу. Такі сервіси включають в себе повний набір технологій, необхідних для цієї бізнес-потреби, в тому числі для користувацький інтерфейс, сховище даних і будь-які зовнішні взаємодії. Це призводить до формування крос-функціональних команд, що мають повний набір необхідних навичок.[2]

Додатки, створені з використанням мікросервісної архітектури, мають тенденцію бути настільки незалежними (роз'єднаними) і сфокусованими (зв'язковими), наскільки це можливо: вони містять

свою власну доменну логіку і діють більше як фільтри в класичному сенсі Unix - вони приймають запити, застосовують логіку і відправляють відповідь. Замість складних протоколів, таких як WS- * або BPEL, вони використовують прості протоколи на основі REST.

Двома найбільш часто використовуваними протоколами є HTTP-запити через API ресурсів і спрощений сеанс повідомлень.

Команди, що практикують мікросервісну архітектуру, використовують ті ж принципи і протоколи, на яких будується всесвітня павутина (і фактично Unix). Часто використовувані ресурси можуть бути кешованими без особливих зусиль з боку розробників або IT-адміністраторів.

Другим найбільш часто використовуваним засобом зв'язку є полегшена шина повідомлень. Така інфраструктура, як правило, не містить доменної логіки - прості реалізації, такі як RabbitMQ або ZeroMQ, нічого не роблять, крім як забезпечують асинхронну фабрику. Логіка в той же час існує на кінцях шини - в сервісах, які відправляють і отримують повідомлення.

Наслідком використання сервісів як компонентів є необхідність проектування додатків так, щоб вони могли працювати при відмові окремих сервісів. Будь-яке звернення до сервісу може не спрацювати через його недоступність. Клієнт повинен реагувати на це настільки терпимо, наскільки можливо. Це є недоліком мікросервісів в порівнянні з монолітом, тому що це вносить додаткову складність в додаток.

Висновки

Встановлено, що мікросервісний стиль - важлива ідея, що варта розгляду. Існує безліч організацій, які вже давно використовують те, що називається мікросервісами, але не використовують цю назву.

Незважаючи на весь позитивний досвід, не можна стверджувати, що мікросервіси - це майбутнє проектування ПО.

Успіх будь-яких спроб побудувати компонентну систему залежить від того, наскільки добре компоненти підходять до додатку. Складно зрозуміти де саме повинні лежати кордони компонентів.

Ще одна проблема полягає в тому, що якщо компоненти не підібрані досить правильно, відбувається перенесення складності з компонентів на зв'язки між компонентами. Створюється хибне відчуття простоти окремих компонентів, в той час як вся складність знаходиться в місцях, які важче контролювати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ньюмен С. Створення мікросервісів / С. Ньюмен. – Санкт-Петербург, 2016. – 304 с.
2. Tilkov, Stefan (17 November 2014). "How small should your microservice be?". innoq.com. Retrieved 4 January 2017.
3. Азарова А.О. Методичні вказівки до проведення практичних занять та до виконання самостійної індивідуальної роботи з дисципліни «Основи науково-дослідної роботи» для студентів напрямів підготовки 6.030601 – «Менеджмент» та 6.170103 – «Управління інформаційною безпекою» / Азарова А.О., Карпінець В.В. – Вінниця: ВНТУ, 2013. – 44 с.

Наталія Станіславівна Жмуцька – студентка групи УБ-18м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: nataliiazhm@gmail.com

Науковий керівник: Людмила Миколаївна Ткачук – канд. економічних наук, доцент кафедри МБІС, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: ludatkachuk2017@gmail.com

Nataliia Zhmutska - student of UB-18m group, faculty of Management and Information Security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: nataliiazhm@gmail.com

Supervisor: Liudmyla Tkachuk – cand. economic sciences, Assistant Professor of Building MBIS, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: ludatkachuk2017@gmail.com

УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ ЗАХИСТОМ ІНФОРМАЦІЇ ШЛЯХОМ ЛОКАЛІЗАЦІЯ ЗАКЛАДНИХ ПРИСТРОЇВ НА ОСНОВІ ІНДИКАТОРА ЕЛЕКТРОМАГНІТНИХ ВИПРОМІНЮВАНЬ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Запропоновано пристрій, який буде здійснювати виявлення та локалізацію закладних радіопристроїв. Розроблення такого пристрою дозволяє зменшити витік інформації акустичними каналами.

Ключові слова: закладні пристрої, індикатор електромагнітних випромінювань.

Abstract

The device that able to identificate the embedded radio devices. It allows to reduce the leakage of information through the acoustic channels is being proposed

Keywords: embedded devices, indicator of electromagnetic radiation

Враховуючи швидкий розвиток сучасних технологій все більшою проблемою стає витік інформації технічними каналами, а саме технічними каналами витоку інформації, що озвучується [1-2].

Мовний сигнал – складний фізичний процес, пов'язаний зі зміною акустичних параметрів, які містять інформацію про зміст повідомлення. Мовний сигнал створюється голосовим апаратом людини і являє собою коливання повітряного середовища у вигляді хвиль стиснення і розтягнення (акустичні коливання) [3].

Залежно від середовища поширення сигналів і способів їх перехоплення технічні канали витоку мовної інформації можна розділити на:

- акустичні;
- вібраційні (віброакустичні);
- акустоелектричні;
- оптоелектронні;
- параметричні.

Одним із важливих каналів витоку мовної інформації є акустичний або прямий акустичний. Акустичний канал витоку інформації – один із технічних каналів витоку мовної інформації, зокрема йдеться про проведення ділових зустрічей, нарад, перемовин тощо [4-6].

Витік інформації даним каналом може здійснюватися як елементарним підслуховуванням через двері, вікна так і з використанням засобів технічної розвідки та закладних пристроїв [7-9].

Зняття інформації через закладні пристрої є досить поширеним у наш час, оскільки жодна організація не може бути впевненою на 100% що ніхто із її працівників не встановив жучок у кімнаті для нарад, наприклад [10]. Звісно частково питання закладних пристроїв можна вирішити і на організаційному рівні, але повністю забезпечити безпеку неможливо [11-12].

Очевидно, що для забезпечення безпеки потрібно використовувати комплексний підхід, який би поєднав у собі рад організаційних та технічних рішень [13].

На сьогоднішній день є досить велика кількість різноманітних технічних засобів, за допомогою яких можна локалізувати різні типи закладних пристроїв. Разом із тим наявні методи і засоби захисту інформації в акустичних каналах не є досконалыми [14].

Це пов'язано із такими їх недоліками:

- хибні спрацювання;
- досить велика вартість реалізації;
- чутливість до штучних завад.

У даній роботі запропоновано один із способів виявлення закладних радіопристроїв, а саме розробка індикатора електромагнітних випромінювань. Принцип його роботи полягає в тому, що

закладні радіопристрої мають електромагнітне випромінювання. Запропонований пристрій буде реагувати на ці випромінювання, що дозволить їх локалізувати.

Пошук здійснюється наступним чином: закладний пристрій випромінює електромагнітні коливання, які потрапляють на вхідний ланцюг пристрою, після чого пристрій інформує нас про те, що поблизу знаходиться закладний пристрій.

З усього описаного вище можна зробити висновок, що для того, щоб виключити загрозу витоку інформації акустичним каналом потрібно використовувати спеціальні технічні засоби, тому наступним кроком буде розроблення запропонованого пристрою, а також вивчення можливостей покращення його роботи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Чекатков А.А., Хорошко В.А. Методы и средства защиты информации. – К.: Издательство Юниор, 2003. – 504 с
2. Хорошко В.О., Азаров О.Д., Макименко Г.О., Яремчук Ю.С. пошук та локалізація радіозакладних пристроїв: навч. Посібник – Вінниця: ВНТУ, 2005. 333с.
3. Зайцев А.П., Шелупанов А.А, Мещеряков Р.В., Скрыль С.В., Голубятников И.В. Технические средства и методы защиты информации.- Москва: «Машиностроение». -2009 г. – 508 с
4. Яремчук Ю. Є., Катаєв В. С., Сінюгін В. В., Дослідження характеристик різних типів шумів для захисту інформації від витоку лазерним каналом / Правове, нормативне та метрологічне забезпечення системи захисту інформації в Україні. –2016. - Випуск 2. – С.21-26.
5. Комплексні системи захисту інформації : навчальний посібник / [Яремчук Ю. Є., Павловський П. В., Катаєв В. С., Сінюгін В. В.] – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 120 с.
6. Романец Ю. В. Защита информации в компьютерных системах и сетях / Ю. В. Романец, П. А. Тимофеев, В. Ф. Шаньгин ; под ред. В. Ф. Шаньгина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Радио и связь, 2001. – 376 с
7. Хорев А.А. "Защита информации от утечки по техническим каналам." -М.: НПЦ "Аналитика", 2008 р. - с. 436-440
8. Свідомство про реєстрацію авторського права на твір №79807. Розробка контролеру кодового доступу до сейфа на мікроконтролері Arduino / Азарова Л. Є., Каплун І. С., Щербатюк А. В. Заявка від 05.06.2018 р. №80960. Дата реєстрації 14.06.2018 р.
9. Свідомство про реєстрацію авторського права на твір №79708. Комп'ютерна програма „Захист інформації від несанкціонованого копіювання шляхом прив'язки до унікальних параметрів вінчестера і використання ключа активації” / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Каплун І. С., Щербатюк А. В. Заявка від 05.06.2018 р. №80958. Дата реєстрації 11.06.2018 р.
10. Азарова А. О. Вибір, планування та реалізація стратегії розвитку підприємства [Текст] / А. О. Азарова, Н. С. Желюк // Актуальні проблеми економіки, №12. – 2010. – С. 91–100
11. Свідомство про реєстрацію авторського права на твір №79708. Комп'ютерна програма „Програмний модуль ідентифікації користувача за відбитками пальців через смартфон з подальшою авторизацією” / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Мисько Ю. О., Колган В. А. Заявка від 05.06.2018 р. №80951. Дата реєстрації 11.06.2018 р.
12. Свідомство про реєстрацію авторського права на твір №79707. Розробка контролеру кодового доступу до сейфа на мікроконтролері Arduino / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Каплун І. С., Щербатюк А. В. Заявка від 05.06.2018 р. №80960. Дата реєстрації 14.06.2018 р.
13. Свідомство про реєстрацію авторського права на твір №80464. Комп'ютерна програма „Мобільний додаток для захищеного передавання конфіденційних даних у смартфонах” / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Бадя Ю. В. Заявка від 12.06.2018 р. №81238. Дата реєстрації 24.07.2018 р.
14. Свідомство про реєстрацію авторського права на твір №79708. Комп'ютерна програма „Програмний модуль ідентифікації користувача за відбитками пальців через смартфон з подальшою авторизацією” / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Мисько Ю. О., Колган В. А. Заявка від 05.06.2018 р. №80951. Дата реєстрації 11.06.2018 р.

Азарова Анжеліка Олексіївна, кандидат технічних наук, професор, заступник декана Факультету менеджменту та інформаційної безпеки з наукової роботи та міжнародного співробітництва.

Блонський Владислав Олександрович, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, УБ-156, vlados.blonskiy@gmail.com.

Гудзь Віталій Олександрович, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, УБ-156, vitalik1211@ukr.net.

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

Vladyslav Blonskiy, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, Department of Management and Security of Information Systems, vlados.blonskiy@gmail.com.

Vitalii Hudz, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, Department of Management and Security of Information Systems, vitalik1211@ukr.net.

ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ ДОКЕРНИХ КОНТЕЙНЕРІВ ПЕРЕД ВІРТУАЛЬНИМИ МАШИНАМИ ДЛЯ ВІРТУАЛІЗАЦІЇ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто сутність побудови додатків на основі контейнерів. Визначено переваги контейнеризації над використанням віртуальних машин.

Ключові слова: віртуалізація, контейнеризація, докер, контейнер, віртуальна машина, додаток, розгортання.

Abstract

The essence of building applications based on containers is considered. The advantages of containerization over the use of virtual machines are determined.

Keywords: virtualization, containerization, docker, container, virtual machine, application, deployment.

Вступ

Подібно віртуальній машині докер запускає свої процеси у власній, заздалегідь налаштованій операційній системі. Але при цьому всі процеси докера працюють на фізичному host сервері ділячи все процесори і всю доступну пам'ять з усіма іншими процесами, запущеними в host системі. Підхід, який використовується докером знаходиться посередині між запуском всього на фізичному сервері і повної віртуалізації, пропонованої віртуальними машинами. Цей підхід називається контейнеризацією.

Результати дослідження

Докер - це відкрита платформа для розробки, доставки і експлуатації додатків. Docker розроблений для більш швидкого викладання додатків. За допомогою docker можна відокремити додаток від інфраструктури і працювати з інфраструктурою як керованим додатком. У своєму ядрі docker дозволяє запускати практично будь-який додаток, безпечно ізольований в контейнері. Безпечна ізоляція дозволяє запускати на одному хості багато контейнерів одночасно. Легка природа контейнера, який запускається без додаткового навантаження гіпервізора, дозволяє досягати більшого від апаратної частини. Docker легкий і швидкий. Він надає стійку, рентабельну альтернативу віртуальним машинам на основі гіпервізора. Він особливо корисний в умовах високих навантажень, наприклад, при створення власного хмари або платформи-як-сервісу (platform-as-service). Він так само корисний для маленьких і середніх додатків, коли потрібно отримувати більше з наявних ресурсів.[1]

Контейнер складається з операційної системи, користувацьких файлів і метаданих. Кожен контейнер створюється з образу. Цей образ говорить docker-у, що знаходиться в контейнері, який процес запустити, коли запускається контейнер і інші конфігураційні дані. Docker образ доступний тільки для читання. Коли docker запускає контейнер, він створює рівень для читання / запису зверху образу (використовуючи union file system), в якому може бути запущено додаток. [2]

Використання Docker дозволяє швидше і ефективніше доставляти або переміщати код, стандартизує виконуваних додатками операції і в цілому економить кошти, оптимізуючи використання ресурсів. Завдяки Docker користувачі отримують об'єкт, який з високою надійністю можна запускати на будь-якій платформі. Простий синтаксис Docker надає користувачам повний контроль над виконуваними операціями. Повсюдне впровадження контейнерів має на увазі доступ до різноманітних інструментів і готовим додатків, які можна використовувати з Docker.[1]

Контейнери Docker можна використовувати в якості основних компонентів для створення сучасних платформ і додатків. Docker спрощує збірку і запуск розподілених мікросервісних архітектур,

розгортання коду за допомогою стандартизованих конвеєрів безперервної інтеграції і доставки, створення високомасштабуємих систем обробки даних і повністю керованих платформ для розробників.[1]

Програмне забезпечення функціонує в середовищі Linux з ядром, що підтримує cgroups і ізоляцію просторів імен (namespaces); існують збірки тільки для платформ x86-64 і ARM. Починаючи з версії 1.6 можливе використання в ОС Windows. Для економії дискового простору проект використовує файлову систему Aufs з підтримкою технології каскадно-об'єднаного монтування: контейнери використовують образ базової операційної системи, а зміни записуються в окрему область. Також підтримується розміщення контейнерів в файловій системі Btrfs з включеним режимом копіювання при записі. До складу програмних засобів входить демон - сервер контейнерів, клієнтські засоби, що дозволяють з інтерфейсу командного рядка керувати образами і контейнерами, а також API, що дозволяє в стилі REST керувати контейнерами програмно. Демон забезпечує повну ізоляцію контейнерів на рівні файлової системи (у кожного контейнера власна коренева файлова система), на рівні процесів (процеси мають доступ тільки до власної файлової системи контейнера, а ресурси розділені засобами libcontainer), на рівні мережі (кожен контейнер має доступ тільки до прив'язаному до нього мережевого простору імен і відповідним віртуальним мережевим інтерфейсам).[2]

Висновки

У порівнянні з віртуальними машинами контейнери вимагають набагато менше ресурсів (наприклад, їм не потрібна повна ОС), їх простіше розгортати і вони швидше запускаються. Це дозволяє підвищити щільність розгортання, тобто запустити на одній одиниці обладнання більше служб і скоротити витрати на них. Запуск на одному ядрі призводить до того, що рівень ізоляції буде нижче, ніж на віртуальних машинах. Основна мета образу - привести середу (залежності) до однаковості в різних розгортаннях. Це означає, що можливо налагодити образ на одному комп'ютері, а потім розгорнути його на іншому комп'ютері і отримати те ж середовище. Образ контейнера - це спосіб упаковки додатку або служби для надійного і відтворюваного розгортання. Можна сказати, що Docker є не тільки технологією, але ще філософією і процесом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Немец, Э. Руководство администратора Linux [Текст] = Linux Administration Handbook / Э. Немец, Г. Снайдер ; пер. с англ. – 5-е изд. – М. : ООО "И.Д. Вильямс", 2016. – 1072 с. – ISBN 978-5-8459-1093..
2. Tilkov, Stefan (17 November 2014). "How small should your microservice be?". innoq.com. Retrieved 4 January 2017.
3. Азарова А.О. Методичні вказівки до проведення практичних занять та до виконання самостійної індивідуальної роботи з дисципліни «Основи науково-дослідної роботи» для студентів напрямів підготовки 6.030601 – «Менеджмент» та 6.170103 – «Управління інформаційною безпекою» / Азарова А.О., Карпінець В.В. – Вінниця: ВНТУ, 2013. – 44 с.

Ілля Андрійович Гунько – студент групи УБ-18м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: illia.gunko69@gmail.com

Науковий керівник: Людмила Миколаївна Ткачук – канд. економічних наук, доцент кафедри МБІС, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: ludatkachuk2017@gmail.com

Illia Gunko - student of UB-18m group, faculty of Management and Information Security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: illia.gunko69@gmail.com

Supervisor: Liudmyla Tkachuk – cand. economic sciences, Assistant Professor of Building MBIS, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: ludatkachuk2017@gmail.com

Консолідований інформаційний ресурс у сфері готельного бізнесу

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті розглянуто сутність поняття «консолідований інформаційний ресурс». Підкреслено важливість розробки даного ресурсу. Розглянуто підходи проектування консолідованого інформаційного ресурсу.

Ключові слова: консолідований інформаційний ресурс, база даних, готельний бізнес.

Abstract

In the article the essence of the concept of "consolidated information resource" is considered. The importance of the development of this resource is emphasized. The approaches of designing a consolidated information resource are considered.

Keywords: consolidated information resource, database, hotel business.

Поняття консолідації інформаційних ресурсів пов'язане з потребою ухвалення ефективних рішень із використанням сучасних інформаційних технологій. В залежності від сфери використання воно позначає об'єднання кількох елементів (об'єктів) у єдиний елемент для досягнення конкретної цілі. Інформаційні ресурси — документи і сукупність документів у інформаційних системах (архівах, бібліотеках, депозитаріях тощо). З розвитком мережі Інтернету дедалі більша частина інформаційних ресурсів переміщується у віртуальну сферу, удосконалюються способи розробки, доставки, оплати електронних джерел, і, отже, зростає загальне соціальне значення інформаційного потенціалу[1].

Метою дослідження є вирішення питання обліку діяльності готелів різного типу у м. Вінниці та в Україні, та створення зручного консолідованого інформаційного ресурсу.

Об'єкт дослідження – консолідований інформаційний ресурс у сфері готельного бізнесу.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних та практичних засад реалізації консолідованого інформаційного ресурсу у сфері готельного бізнесу.

В останні роки в Україні стрімко розвивається сфера готельного бізнесу відповідно туризму. У порівнянні з країнами Європи рівень розвитку готельного бізнесу є недостатнім. Тому важливим є відслідковування діяльності готельних підприємств, а також створення категорій для оцінювання діяльності. Для спрощення відбору даних для прийняття рішень щодо подальшої діяльності готельних підприємств доцільно заздалегідь розробити мінімально необхідні критерії для оцінювання діяльності готельних підприємств[2].

Саме тому є необхідним створення зручного консолідованого інформаційного ресурсу у сфері готельного бізнесу, який дозволив би вирішити дані завдання.

Необхідною умовою для створення консолідованого інформаційного ресурсу є побудова дерева цілей. Дерево цілей, в свою чергу, забезпечить коректні і послідовні дії при розробці консолідованого ресурсу. Здійснимо аналіз заданих цілей в розділі аналізу предметної області. Отже, побудова моделі це визначення функціоналу та технічних можливостей розроблюваного проекту[3].

Під моделлю розуміють такий матеріальний або уявний об'єкт, який у процесі вивчення заміняє об'єкт-оригінал. При цьому потрібно визначити характеристики, якими буде володіти розробка, методи реалізації різних модулів та приблизні строки виконання проекту. Розробку бази даних варто розпочинати з її проектування. У результаті проектування має бути визначена структура бази, тобто склад таблиць, їхня структура та логічні зв'язки. Структура реляційної таблиці визначається складом стовпців, їхньою послідовністю, типом даних кожного стовпця та їхнім розміром, а також ключем таблиці[4].

Процес проектування може здійснюватися за допомогою двох підходів. Перший підхід виділяє головні задачі, для розв'язання яких створюється база, та потреби цих задач у даних. За другим

підходом обирається предметну область (сферу), здійснюють аналіз її даних і встановлюють типові об'єкти предметної області. Найбільш раціональним підходом проектування бази даних є поєднання обох підходів. Зазвичай з базами даних працюють дві категорії користувачів: проектувальники та розробники. Процес проектування бази даних поділяється на етапи, кожний з яких передбачає виконання певних дій.

Сьогодні актуальним завданням є створення сучасної інформаційно-аналітичного ресурсу саме для готельного бізнесу. Консолідація інформації у галузі оцінювання якості готельний послуг спрямована на якісне інформаційно-аналітичне забезпечення. Консолідований ресурс може використовуватись прямими споживачами[5].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1.Методичні вказівки до проведення практичних занять та до виконання самостійної й індивідуальної роботи з дисципліни „Основи науково-дослідної роботи» для студентів напрямів підготовки 6.030601 – „Менеджмент» та 6.170103 – —Управління інформаційною безпекою» / Укладачі: А. О. Азарова, В. В. Карпінєць. – Вінниця: ВНТУ, 2013. – 44 с
- 2.Кунанець Н. Е. Вступ до фаху «Консолідована інформація» / Н. Е. Кунанець, В. В. Пасічник. – Львів: Львівська політехніка, 2013. – 196 с.
- 3.Матвієнко О. В. Консолідована інформація: навч. посібник/ П. І. Матвієнко, М. Н. Цивін – Київ: «Центр учбової літератури», 2014. – 134 с.
- 4.Ситник Н. В. Проектування баз і сховищ даних: Навч. посібник / Н. В. Ситник, М. Т. Краснюк – К.: КНЕУ, 2015. – 264 с.
- 5.Кунанець Н. Е. Консолідація інформації та інформаційна безпека / Н. Е. Кунанець, В. В. Пасічник / Системи обробки інформації. – 2010. –Вип. 3. – с. 131-133.

Костюк Тетяна Сергіївна – студентка гр. КІН-18 факультету менеджменту та інформаційної безпеки, м. Вінниця.

Хісматулліна Валентина Фанілівна – студентка гр. УБ-156 факультету менеджменту та інформаційної безпеки, м.Вінниця

Науковий керівник: к.е.н.; доцент кафедри МБІС **Ткачук Людмила Миколаївна** , e-mail: ludatkachuk2017@gmail.com

Kostiuk Tetiana. – Department of management and security of information systems, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Hismatulina Valentina. – Department of management and security of information systems, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Supervisor: **L.M. Tkachuk** , Associate Professor of the Department of MBIS .

УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ БЕЗПЕКОЮ В ДЕРЖАВНИХ УСТАНОВАХ НА ОСНОВІ БІОМЕТРИЧНОЇ АУТЕНТИФІКАЦІЇ ВІДБИТКІВ ПАЛЬЦІВ ДЛЯ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ ВІД НЕСАНКЦІОНОВАНОГО ДОСТУПУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Проаналізовано різні засоби та методи захисту інформації від несанкціонованого доступу, виявлено їх недоліки та переваги. На базі проведеного аналізу було запропоновано пристрій, який здійснює захист інформації від несанкціонованого доступу сторонніх осіб, створений на основі зчитування фізіологічних особливостей користувача, що дозволяє передчасно виявляти спробу несанкціонованого отримання інформації.

Ключові слова: біометричний сканер, захист інформації, несанкціонований доступ.

Abstract

Different means and methods of information protection from unauthorized access are analyzed. Their disadvantages and advantages are revealed. On the basis of the analysis it was proposed the device that protects information from unauthorized access by third parties, created on the basis of scanning physiological features of the user, which allows to prematurely detect unauthorized access to information.

Keywords: biometric scanner, information security, unauthorized access.

Сучасний розвиток технологій у сфері захисту інформації дедалі більше охоплює державні підприємства та організації, в яких інформація циркулює, тому все більшою стає проблема її захисту як від персоналу, так і від сторонніх осіб [1].

Опрацьовано потужний науковий доробок в галузі захисту інформації. Серед провідних дослідників, які зробили значний внесок у розвиток методів, моделей та засобів захисту інформації на основі біометричної аутентифікації слід відзначити таких, як О. В. Нечипоренко, Я. В. Корпань, Х. А. Бугасенко, І. Д. Горбенко, К. А. Гейтс, Н. Лебович [2,3].

Разом із тим, на сьогоднішній день існує низка невирішених проблем в цьому напрямку, пов'язана з такими чинниками: обмежені можливості пристроїв біометричного зчитування фізіологічних характеристик людини, відсутність модифікації пристроїв, перенавантаження засобів захисту на основі біометрії, надто висока вартість устаткування, високий відсоток помилок другого роду в дешевих біометричних сканерах, повна відсутність автономності живлення або низький ресурс автономної роботи.

Отже, розроблення пристрою, який є спроможним забезпечити належний рівень захисту з урахуванням вищевикладених недоліків існуючих методів і пристроїв, є надзвичайно актуальним [4].

У будь-якій державній організації чи на підприємстві циркулює як мовна, так і документована інформація, що може набувати вигляду паперових документів та тих, що зберігаються на матеріальних носіях. Залежно від умов зберігання документованої інформації, способів її передачі доцільно виділити необхідність забезпечення певного порядку зберігання цих документів відповідно правил та норм, що встановлені у посадових інструкціях працівників, а також передачі документів відповідним особам, які мають до них доступ [5].

Організаційний захист не завжди в повній мірі вирішує проблему захисту. Більш доцільно використовувати поєднання як організаційних, так і технічних засобів захисту інформації. Створення посадових інструкцій, що охоплюють усі можливі неправомірні дії персоналу не унеможливають витік інформації за межі підприємства чи організації [6].

Цілком очевидно, що для створення системи безпеки необхідно використовувати технічні засоби захисту інформації, що включають фізичні та апаратно-програмні заходи для забезпечення цілісності та конфіденційності даних, та зберігання у належних умовах [7-9]. У даній роботі запропоновано один

із способів захисту документованої інформації, а саме розробка біометричного сканера відбитків пальців для захисту інформації від несанкціонованого доступу. Принцип його роботи полягає в тому, що для отримання правомірного доступу до даних, користувачу необхідно підтвердити свою особистість шляхом зчитування фізіологічної особливості, а саме зчитування відбитків пальців. Пристрій буде відкривати двері до приміщення, де зберігаються документовані дані тільки у тому випадку, коли користувач пройде процедуру аутентифікації. В іншому випадку, буде надіслано сигнал про несанкціонований доступ до приміщення у систему безпеки.

З усього вище описаного можна дійти висновку, що для унеможливлення витоку інформації за межі організації, чи отримання особами такої інформації, які не мають доступу до неї необхідно застосовувати у поєднанні з організаційними засобами захисту спеціальні технічні, що в свою чергу викликає доцільність розроблення запропонованого пристрою, а також вивчення можливості вдосконалення його функціональності.

Отже, автори пропонують розроблення пристрою управління інформаційною безпекою в державних установах на основі біометричної аутентифікації відбитків пальців для захисту інформації від несанкціонованого доступу. Він уможливило підвищення рівня захищеності даних без необхідності користувачами запам'ятовування та повторних введення складних паролів, швидкий процес аутентифікації, довготривалу автономності роботи, можливість встановлення у будь-якій установі без необхідності застосування спеціальних технічних знань та засобів.

На відміну від існуючих засобів такий пристрій дозволяє реалізувати захист інформації за меншою вартістю в кілька разів, зареєструвати в пристрої до тисячі користувачів, що матимуть власний ідентифікатор, створити пристрій власноруч без спеціалізованих знань в області захисту інформації, швидко встановити та налаштувати засіб захисту у будь-якій установі.

Було протестовано його функціональність та працездатність, доведено валідність під час застосування у виправних державних установах Вінницької області.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Погришук Б., Паночишин Ю. Інформаційні технології та комп'ютерна техніка / Б. Погришук, Ю. Паночишин. – К.: Видавництво Знання, 2012. – 463 с.
2. Нечипоренко О. В., Корпань Я. В. Біометрична ідентифікація і автентифікація особи за геометрією обличчя / О. В. Нечипоренко, Я. В. Корпань. – № 24. – К.: ДВНЗ «ХМУ». – 2016. – С. 133-138.
3. Бугаєнко Х. А., Горбенко І. Д. Аналіз трьох біометричних методів автентифікації особи / Х.А. Бугаєнко, І. Д. Горбенко // Прикладна радіоелектроніка. – № 2. – К.: "Друкарня Мадрид". – 2012. – С. 262-266.
4. Свідectво про реєстрацію авторського права на твір №79707. Розробка контролеру кодового доступу до сейфа на мікроконтролері Arduino / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Каплун І. С., Щербатюк А. В. Заявка від 05.06.2018 р. №80960. Дата реєстрації 14.06.2018 р.
5. Азарова А. О. Математичні моделі оцінювання стратегічного потенціалу підприємства та прийняття рішень щодо його підвищення [Текст] / А. О. Азарова, О. В. Антонюк. — Вінниця: ВНТУ, 2012. – 168 с.
6. Азарова А. О. Розробка методики визначення економічної безпеки підприємства [Текст] / А. О. Азарова, О. В. Гаврилова // Збірник наукових праць «Економіка: проблеми теорії та практики». – Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. – Вип.191, т. III. – С. 719–727.
7. Комплексні системи захисту інформації: навчальний посібник / [Яремчук Ю. Є., Павловський П. В., Катаєв В. С., Сінюгін В. В.] – Вінниця: ВНТУ, 2017. – 120 с.
8. Свідectво про реєстрацію авторського права на твір №80464. Комп'ютерна програма „Мобільний додаток для захищеного передавання конфіденційних даних у смартфонах” / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Бадя Ю. В. Заявка від 12.06.2018 р. №81238. Дата реєстрації 24.07.2018 р.
9. Свідectво про реєстрацію авторського права на твір №79708. Комп'ютерна програма „Програмний модуль ідентифікації користувача за відбитками пальців через смартфон з подальшою авторизацією” / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Мисько Ю. О., Колган В. А. Заявка від 05.06.2018 р. №80951. Дата реєстрації 11.06.2018 р.

Азарова Анжеліка Олексіївна, кандидат технічних наук, професор, заступник декана Факультету менеджменту та інформаційної безпеки з наукової роботи та міжнародного співробітництва.

Блонський Владислав Олександрович, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, УБ-156, vlados.blonskiy@gmail.com.

Гудзь Віталій Олександрович, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, УБ-156, vitalik1211@ukr.net.

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

Vladyslav Blonskiy, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, Department of Management and Security of Information Systems, vlados.blonskiy@gmail.com.

Vitalii Hudz, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, Department of Management and Security of Information Systems, vitalik1211@ukr.net.

ПІДВИЩЕННЯ ЗАХИСТУ ОБМІНУ ДАНИМИ В ЛОКАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі розглянуто проблему захищеної передачі даних в локальній мережі, а також підвищено якість захисту за допомогою криптографічного алгоритму Cramer-Shoup. Згідно даного шифру розроблено програму — текстовий чат, що забезпечує надійний захист при обміні інформацією між користувачами в локальній мережі.

Ключові слова: локальна мережа, криптографія, Cramer-Shoup, крипточат.

Abstract

In the paper the problem of secure data transmission in the local network is considered, as well as the quality of protection with the help of cryptographic algorithm Cramer-Shoup. According to this cipher, a program has been developed - a text chat that provides reliable protection in the exchange of information between users on the local network.

Keywords: local area network, cryptography, Cramer-Shoup, cryptochat.

Вступ

В наш час питання захисту інформації стало невід’ємною частиною будь-якої системи яка працює з комерційно значущою інформацією. При вільному обміні інформацією в локальних мережах виникають проблеми її захищеності, а також обмеження доступу зовнішніх користувачів до цих мереж. Захист інформації стоїть на першому місці по актуальності і постановці задач. На сьогоднішній день, в більшості локальних мережах, обмін інформацією відбувається за рахунок спілкування в різноманітних месенджерах та чатах, тому підвищення захисту обміну даними в локальній мережі є дійсно актуальним. Провівши аналіз існуючих крипточатів, було зроблено висновок, що вони далекі від ідеалів захищеної передачі даних та зручності у використанні звичайними користувачами. Більшість з них є фінансово неефективними, обмін інформацією є не зручним для звичайних користувачів локальної мережі, а деякі з використаних технологій є застарілими на даний момент, оскільки більшість з вище наведених месенджерів використовують криптографічний алгоритм RSA для захищеної передачі даних, але на даний момент він є застарілим з безліччю відомих на нього атак та недоліків.

Результати дослідження

Запропонований крипточат використовує криптосистему з публічним ключем Cramer-Shoup для надійного обміну повідомленнями між користувачами. Загальна схема процесу шифрування та дешифрування зображена на рисунку 1.

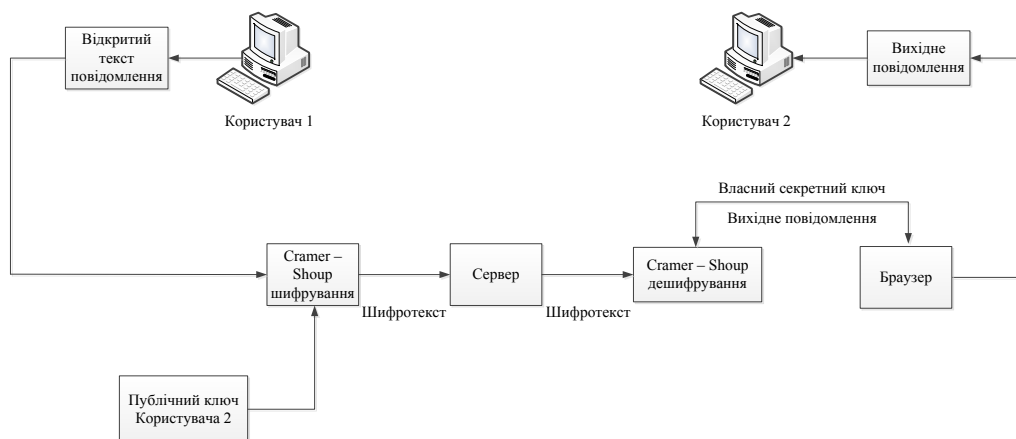


Рисунок 1 – Процес шифрування та дешифрування повідомлення

Процес шифрування та дешифрування повідомлення має такий вигляд:

1. Два клієнта підключаються до сервера.
2. Після підключення, кожному клієнту автоматично генеруються свої публічні та приватні ключі локально.

3. При передачі повідомлення воно попередньо шифрується за допомогою публічного ключа.

4. На стороні іншого користувача відбувається зворотна операція. За допомогою відомого публічного ключа та персонального секретного ключа, сервер дешифрує надіслане повідомлення.

Після підключення користувача до чату йому генеруються публічний та секретний ключ.

Публічний ключ зберігається на сервері та є видимим для 2 користувачів. Також варто зазначити, що публічні ключі не зберігаються в базі даних, а зберігаються у виконуваному файлі і діють лише під час сесії чату користувачів, для яких вони і були згенеровані.

В свою чергу, секретні ключі зберігаються в куках браузера. Оскільки це веб-браузерний крипто чат, то для забезпечення захищеного зберігання та використання секретних ключів, вони зберігаються у тимчасовому хранилищі даних веб-браузера для певної сторінки, в даному випадку чату. У цьому разі, можлива втрата секретного ключа або його перехоплення зловмисником відсутня при використанні HTTPs протоколу для обміну запитами та інформацією між браузером та сервером. Час дії збереженого секретного ключа в браузері становить 1 день, після чого з'єднання автоматично розірветься і вся переписка знищиться.

Висновки

Отже запропонована схема ефективно реалізує захищений обмін інформацією між користувачами в локальній мережі, а криптографічний алгоритм Cramer-Shoup являється кращою заміною сучасних використовуваних алгоритмів, оскільки він є захищеним від адаптивної вибраної атаки шифру тексту за допомогою стандартних криптографічних припущень, а його криптостійкість і швидкість роботи вище ніж у RSA та ElGamal.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Local area network [Electronic Resource]. – Mode of access : URL : https://en.wikipedia.org/wiki/Local_area_network. - Назва з екрану.
2. Яремчук Ю. Є. Алгебраїчні моделі асиметричних криптографічних систем / Юрій Євгенович Яремчук. // Захист інформації. – 2014. – №16. – С. 68–80.
3. Public-key cryptography [Electronic Resource]. – Mode of access : URL : https://en.wikipedia.org/wiki/Public-key_cryptography. - Назва з екрану.
4. Cryptocat [Electronic Resource]. – Mode of access : URL : <https://uk.wikipedia.org/wiki/Cryptocat>. - Назва з екрану.
5. Cramer-Shoup cryptosystem [Electronic Resource]. – Mode of access : URL : https://en.wikipedia.org/wiki/Cramer%E2%80%93Shoup_cryptosystem. - Назва з екрану.

Приймак Андрій Васильович — аспірант, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: andrii.pryimak@live.com.

Науковий керівник: **Яремчук Юрій Євгенович** — доктор технічних наук, професор, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Pryimak Andrii Vasyliovych — postgraduate, faculty of Management and Information Security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: andrii.pryimak@live.com.

Supervisor: **Yaremchuk Yuriy E.** — D. Sc., professor, management and security of information Systems department, Vinnitsa.

ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДУ ВБУДОВУВАННЯ ЦИФРОВИХ ВОДЯНИХ ЗНАКІВ НА ОСНОВІ КВАНТУВАННЯ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЗАХИСТУ PDF ФАЙЛІВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі розглянуто та детально проаналізовано вразливість стеганографічних алгоритмів вбудовування цифрових водяних знаків в PDF файли, а саме на основі квантування.

Ключові слова: стеганографія, PDF файли, цифрові водяні знаки.

Abstract

The paper considers and analyzes in detail the vulnerability of the steganographic algorithms for embedding digital watermarks into PDF files, in particular quantization.

Keywords: steganography, PDF files, digital watermarks.

Вступ

У сучасному світі стеганографічні методи широко застосовуються в системах безпеки. При цьому забезпечення цілісності на сьогодні є не менш актуальною задачею, ніж забезпечення конфіденційності інформації. Цифрові водяні знаки сьогодні є діючим інструментом для захисту авторських прав різних цифрових документів, отже потребують аналізу та вдосконалення.

Метою роботи є аналіз вразливостей стеганографічних алгоритмів для вбудовування цифрових водяних знаків.

Результати дослідження

Сьогодні методи цифрової стеганографії широко використовуються для захисту інформації та інформаційної безпеки. В їх основу покладено модифікацію цифрових контейнерів – стегоконтейнерів з метою непомітного впровадження певних бітових послідовностей. Основні напрями застосування стеганографічних алгоритмів: надсилання стегоповідомлень, вбудовування цифрових водяних знаків (ЦВЗ) (watermarking) та ідентифікаційних номерів (ІН) (fingerprinting), вбудовування заголовків (captioning) [1]. ЦВЗ здебільшого використовують з метою захисту авторських прав та уникнення незаконного копіювання і використання цифрової інформації. ЦВЗ можуть бути помітними та непомітними. За надійністю ЦВЗ поділяють на крихкі, напівкрихкі та надійні. Надійні ЦВЗ використовуються у системах захисту інформації від несанкціонованого копіювання. При цьому ЦВЗ у PDF файлах повинні бути непомітними для людини, щоб забезпечити належну якість, що особливо важливо для використання. Тому мінімізація візуальних викривлень або застосування маскування є однією з основних умов для практичної реалізації стеганографічного алгоритму для вбудовування ЦВЗ. Виділяють декілька способів вбудовування ЦВЗ. Адитивні методи ґрунтуються на додаванні до вибраної підмножини відліків оригінального цифрового контейнера згенерованої послідовності псевдовипадкових чисел. В алгоритмах злиття у оригінальний контейнер вбудовується певне інформаційне повідомлення значно меншого обсягу. Перевагою таких методів є допустимість незначних викривлень у оригінальному контейнері, а також можливість вбудовування певної корисної інформації, яка є надійнішим підтвердженням прав власності на інформацію, ніж послідовність псевдовипадкових чисел [2].

Існуючі методи, що вирішують задачу захисту авторського права шляхом вбудовування ЦВЗ, можна розділити на дві групи [2]: група методів, які приховують інформацію в просторовій області зображення та методи, що вбудовують ЦВЗ в частотну область. Методи першої групи вбудовують інформацію безпосередньо в первинну область даних файлу, що робить їх нестійкими до багатьох спотворень, особливо до компресії з втратами. Це призводить до часткового чи навіть повного

знищення вбудованого ЦВЗ. Більш стійкими до різного роду спотворень та компресії є методи другої групи. До відомих методів відносяться методи на основі використання дискретного косинус перетворення (ДКП), дискретного перетворення Фур'є (ДПФ), вейвлет-перетворення, перетворення Карунена-Лоева та ін. [2]. Найбільш поширеними перетвореннями в стеганографії є ДКП та вейвлетперетворення, тому що крім можливості використання в стеганографічних перетвореннях, вони ефективно використовуються під час ущільнення зображень.

У роботі [3] запропоновано метод приховування інформації з розширенням спектра, що використовує вейвлет-перетворення; в роботі [4] – метод вбудовування інформації зі збереженням гістограми контейнера, який гарантує його точне відтворення; в роботі [5] докладно розглянуто застосування, аналіз та оцінку стеганографічних методів на прикладі PDF файлів. У роботах [6–8] висвітлено різні методи виявлення прихованої інформації у PDF файли.

Також було розглянуто вбудовування ЦВЗ в PDF файли за допомогою методу розширення спектра в роботі [9]. У [10] запропоновано новий метод вбудовування ЦВЗ на основі перетворень конформної алгебри. Було розглянуто і аналіз властивостей з погляду вбудовування ЦВЗ у PDF файли у роботі [11]. Отже, існують алгоритми, що забезпечують успішне приховування інформації та додавання цифрових водяних знаків у PDF файли. Разом з тим, переважна більшість розроблених методів призначена для використання у PDF файли без стиснення. При цьому не була розглянута проблема створення PDF файли для приховування інформації та додавання цифрових водяних знаків у PDF файли зі стисненням без втрат (loseless). Отже, залишаються актуальними розроблення та практична реалізація нових стеганографічних методів, що можуть бути застосовані для використання як контейнер подібних PDF файлів, двох різних повідомлень при використанні одного і того ж сеансового та приватного ключа, тому актуальним залишається питання і підвищення стійкості цих методів цифрового підписування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Комплексні системи захисту інформації : навчальний посібник / [Яремчук Ю. С., Павловський П. В., Катаєв В. С., Сінюгін В. В.] – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 120 с.
2. Азарова А. О. Вибір, планування та реалізація стратегії розвитку підприємства [Текст] / А. О. Азарова, Н. С. Желюк // Актуальні проблеми економіки, №12. – 2010. – С. 91–100.
3. Азарова А. О. Розробка методики визначення економічної безпеки підприємства [Текст] / А. О. Азарова, О. В. Гаврилова // Збірник наукових праць «Економіка: проблеми теорії та практики». – Дніпропетровськ : ДНУ, 2004. – Вип.191, т. III. – С. 719–727.
4. Азарова А. О. Математичні моделі оцінювання стратегічного потенціалу підприємства та прийняття рішень щодо його підвищення [Текст] / А. О. Азарова, О. В. Антонюк. — Вінниця : ВНТУ, 2012. – 168 с.
5. Романец Ю. В. Защита информации в компьютерных системах и сетях / Ю. В. Романец, П. А. Тимофеев, В. Ф. Шаньгин ; под ред. В. Ф. Шаньгина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Радио и связь, 2001. – 376 с.
6. Щеглов А.Ю. Защита компьютерной информации от несанкционированного доступа [Текст] / А.Ю. Щеглов. – СПб.: Наука и техника, 2004. – 384 с.
7. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №79708. Комп'ютерна програма „Захист інформації від несанкціонованого копіювання шляхом прив'язки до унікальних параметрів вінчестера і використання ключа активації” / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Каплун І. С., Щербатюк А. В. Заявка від 05.06.2018 р. №80958. Дата реєстрації 11.06.2018 р.
8. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №79707. Розробка контролеру кодового доступу до сейфа на мікроконтролері Arduino / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Каплун І. С., Щербатюк А. В. Заявка від 05.06.2018 р. №80960. Дата реєстрації 14.06.2018 р.
9. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №80464. Комп'ютерна програма „Мобільний додаток для захищеного передавання конфіденційних даних у смартфонах” / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Бадя Ю. В. Заявка від 12.06.2018 р. №81238. Дата реєстрації 24.07.2018 р.
10. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №79708. Комп'ютерна програма „Програмний модуль ідентифікації користувача за відбитками пальців через смартфон з подальшою авторизацією” / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Мисько Ю. О., Колган В. А. Заявка від 05.06.2018 р. №80951. Дата реєстрації 11.06.2018 р.

Чайковська Янна В'ячеславівна — бакалавр, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: yanna.chaikovska@gmail.com.

Науковий керівник: **Азарова Анжеліка Олексіївна** — к.т.н., проф. каф. МБІС, заст. декана Факультету менеджменту та інформаційної безпеки з наукової роботи та міжнародного співробітництва Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: azarova.angelika@gmail.com.

Chaikovska Yanna — bachelor degree, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: yanna.chaikovska@gmail.com.

Supervisor: **Yaremchuk Yuriy E.** — Ph.D., Professor, Deputy dean of the Faculty of management and information security by scientific work and international cooperation Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

МЕТОД ЗАХИСТУ ПРОЦЕСІВ ЕЛЕКТРОННОГО ВРЯДУВАННЯ ШЛЯХОМ КВАНТУВАННЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі розглянуто та детально проаналізовано вразливість стеганографічних алгоритмів вбудовування цифрових водяних знаків в PDF файли, а саме на основі квантування.

Ключові слова: стеганографія, PDF файли, цифрові водяні знаки.

Abstract

The paper considers and analyzes in detail the vulnerability of the steganographic algorithms for embedding digital watermarks into PDF files, in particular quantization.

Keywords: steganography, PDF files, digital watermarks.

Вступ

У сучасному світі стеганографічні методи широко застосовуються в системах безпеки. При цьому забезпечення цілісності на сьогодні є не менш актуальною задачею, ніж забезпечення конфіденційності інформації. Цифрові водяні знаки сьогодні є діючим інструментом для захисту авторських прав різних цифрових документів, отже потребують аналізу та вдосконалення.

Метою роботи є аналіз вразливостей стеганографічних алгоритмів для вбудовування цифрових водяних знаків.

Результати дослідження

Сьогодні методи цифрової стеганографії широко використовуються для захисту інформації та інформаційної безпеки. В їх основу покладено модифікацію цифрових контейнерів – стегоконтейнерів з метою непомітного впровадження певних бітових послідовностей. Основні напрями застосування стеганографічних алгоритмів: надсилання стегоповідомлень, вбудовування цифрових водяних знаків (ЦВЗ) (watermarking) та ідентифікаційних номерів (ІН) (fingerprinting), вбудовування заголовків (captioning) [1]. ЦВЗ здебільшого використовують з метою захисту авторських прав та уникнення незаконного копіювання і використання цифрової інформації. ЦВЗ можуть бути помітними та непомітними. За надійністю ЦВЗ поділяють на крихкі, напівкрихкі та надійні. Надійні ЦВЗ використовуються у системах захисту інформації від несанкціонованого копіювання. При цьому ЦВЗ у PDF файлах повинні бути непомітними для людини, щоб забезпечити належну якість, що особливо важливо для використання. Тому мінімізація візуальних викривлень або застосування маскування є однією з основних умов для практичної реалізації стеганографічного алгоритму для вбудовування ЦВЗ. Виділяють декілька способів вбудовування ЦВЗ. Адитивні методи ґрунтуються на додаванні до вибраної підмножини відліків оригінального цифрового контейнера згенерованої послідовності псевдовипадкових чисел. В алгоритмах злиття у оригінальний контейнер вбудовується певне інформаційне повідомлення значно меншого обсягу. Перевагою таких методів є допустимість незначних викривлень у оригінальному контейнері, а також можливість вбудовування певної корисної інформації, яка є надійнішим підтвердженням прав власності на інформацію, ніж послідовність псевдовипадкових чисел [2].

Існуючі методи, що вирішують задачу захисту авторського права шляхом вбудовування ЦВЗ, можна розділити на дві групи [2]: група методів, які приховують інформацію в просторовій області зображення та методи, що вбудовують ЦВЗ в частотну область. Методи першої групи вбудовують інформацію безпосередньо в первинну область даних файлу, що робить їх нестійкими до багатьох спотворень, особливо до компресії з втратами. Це призводить до часткового чи навіть повного знищення вбудованого ЦВЗ. Більш стійкими до різного роду спотворень та компресії є методи другої групи. До відомих методів відносяться методи на основі використання дискретного косинус перетворення (ДКП), дискретного перетворення Фур'є (ДПФ), вейвлет-перетворення, перетворення

Карунена-Лоева та ін. [2]. Найбільш поширеними перетвореннями в стеганографії є ДКП та вейвлетперетворення, тому що крім можливості використання в стеганографічних перетвореннях, вони ефективно використовуються під час ущільнення зображень.

У роботі [3] запропоновано метод приховування інформації з розширенням спектра, що використовує вейвлет-перетворення; в роботі [4] – метод вбудовування інформації зі збереженням гістограми контейнера, який гарантує його точне відтворення; в роботі [5] докладно розглянуто застосування, аналіз та оцінку стеганографічних методів на прикладі PDF файлів. У роботах [6–8] висвітлено різні методи виявлення прихованої інформації у PDF файли.

Також було розглянуто вбудовування ЦВЗ в PDF файли за допомогою методу розширення спектра в роботі [9]. У запропоновано новий метод вбудовування ЦВЗ на основі перетворень конформної алгебри. Було розглянуто і аналіз властивостей з погляду вбудовування ЦВЗ у PDF файли у роботі [10]. Отже, існують алгоритми, що забезпечують успішне приховування інформації та додавання цифрових водяних знаків у PDF файли. Разом з тим, переважна більшість розроблених методів призначена для використання у PDF файли без стиснення. При цьому не була розглянута проблема створення PDF файли для приховування інформації та додавання цифрових водяних знаків у PDF файли зі стисненням без втрат (loseless). Отже, залишаються актуальними розроблення та практична реалізація нових стеганографічних методів, що можуть бути застосовані для використання як контейнер подібних PDF файлів.двох різних повідомлень при використанні одного і того ж сеансового та приватного ключа, тому актуальним залишається питання і підвищення стійкості цих методів цифрового підписування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Комплексні системи захисту інформації : навчальний посібник / [Яремчук Ю. Є., Павловський П. В., Катаєв В. С., Сінюгін В. В.] – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 120 с.
2. Азарова А. О. Вибір, планування та реалізація стратегії розвитку підприємства [Текст] / А. О. Азарова, Н. С. Желюк // Актуальні проблеми економіки, №12. – 2010. – С. 91–100.
3. Азарова А. О. Розробка методики визначення економічної безпеки підприємства [Текст] / А. О. Азарова, О. В. Гаврилова // Збірник наукових праць «Економіка: проблеми теорії та практики». – Дніпропетровськ : ДНУ, 2004. – Вип.191, т. III. – С. 719–727.
4. Азарова А. О. Математичні моделі оцінювання стратегічного потенціалу підприємства та прийняття рішень щодо його підвищення [Текст] / А. О. Азарова, О. В. Антонюк. — Вінниця : ВНТУ, 2012. – 168 с.
5. Романец Ю. В. Защита информации в компьютерных системах и сетях / Ю. В. Романец, П. А. Тимофеев, В. Ф. Шаньгин ; под ред. В. Ф. Шаньгина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Радио и связь, 2001. – 376 с.
6. Щеглов А.Ю. Защита компьютерной информации от несанкционированного доступа [Текст] / А.Ю. Щеглов. – СПб.: Наука и техника, 2004. – 384 с.
7. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №79708. Комп'ютерна програма „Захист інформації від несанкціонованого копіювання шляхом прив'язки до унікальних параметрів вінчестера і використання ключа активації” / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Каплун І. С., Щербатюк А. В. Заявка від 05.06.2018 р. №80958. Дата реєстрації 11.06.2018 р.
8. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №79707. Розробка контролеру кодового доступу до сейфа на мікроконтролері Arduino / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Каплун І. С., Щербатюк А. В. Заявка від 05.06.2018 р. №80960. Дата реєстрації 14.06.2018 р.
9. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №80464. Комп'ютерна програма „Мобільний додаток для захищеного передавання конфіденційних даних у смартфонах” / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Бадя Ю. В. Заявка від 12.06.2018 р. №81238. Дата реєстрації 24.07.2018 р.
10. Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір №79708. Комп'ютерна програма „Програмний модуль ідентифікації користувача за відбитками пальців через смартфон з подальшою авторизацією” / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Мисько Ю. О., Колган В. А. Заявка від 05.06.2018 р. №80951. Дата реєстрації 11.06.2018 р.

Чайковська Янна В'ячеславівна — бакалавр, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: yanna.chaikovska@gmail.com.

Науковий керівник: **Азарова Анжеліка Олексіївна** — к.т.н., проф. каф. МБІС, заст. декана Факультету менеджменту та інформаційної безпеки з наукової роботи та міжнародного співробітництва Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: azarova.angelika@gmail.com.

Chaikovska Yanna — bachelor degree, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: yanna.chaikovska@gmail.com.

Supervisor: **Azarova Anzhelika O.** — Ph.D., Professor, Deputy dean of the Faculty of management and information security by scientific work and international cooperation Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia. e-mail: azarova.angelika@gmail.com.

КОНСОЛІДОВАНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ РЕСУРС ДЛЯ ГАЛУЗІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДОЗВІЛЛЯ ДЕРЖАВНИХ УСТАНОВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У даній роботі обґрунтовано та проаналізовано поняття консолідації даних та процесу консолідації інформації, також встановлено способи розробки консолідованого інформаційного ресурсу для застосування у організації дозвілля, що стане інструментом для управлінців у процесі прийняття важливих рішень.

Ключові слова : консолідований інформаційний ресурс, організація дозвілля, консолідована інформація.

Abstract

In this paper, the concept of data consolidation and consolidation of information is substantiated and analyzed, as well as ways of developing a consolidated information resource for use in leisure activities, which will become a tool for managers in the process of making important decisions.

Keywords : consolidated information resource, leisure organization, consolidated information.

Вступ

На сьогоднішній день галузь організації дозвілля не може обійтись без сучасних технологій, однією з яких є сучасні комп'ютерні технології. Вони дозволяють створювати сучасні інструменти консолідації інформації та прийняття рішень. Консолідація інформації у галузі організації дозвілля потребує дослідження, вдосконалення та розробки нових інструментів. Для прийняття дієвих управлінських рішень стосовно підвищення якості роботи підприємств виконувати такі аналітичні завдання, як: збір інформації, яка необхідна для виконання конкретних аналітичних та управлінських завдань, її аналітико-синтетичне перетворення задля виділення істотної інформації та добування необхідних відомостей, що містяться у первинній інформації в неявному вигляді, а також зіставлення, узагальнення та інтерпретація відомостей, фіксація результатів оброблення в інформаційних документах.

Результати дослідження

Сучасний етап розвитку цивілізації характеризується інформаційною кризою, яка проявляється в суперечності між обмеженими можливостями людини стосовно прийняття й переробки інформації та масивами інформації, яка зберігається. В такому випадку, важливим є застосування інструментів інформаційної аналітики для отримання нового якісно-змістовного знання.

Особливим чином проблема відбору «ефективної» інформації стосується суб'єктів господарювання, в тому числі, задіяних в організації дозвілля. Розробка консолідованого інформаційного ресурсу для підприємств у галузі організації дозвілля сприяє забезпеченню прийняття важливих рішень, що у свою чергу позитивно впливає на рівень їх конкурентоспроможності, фінансової стабільності та рентабельності.

Консолідація даних – це об'єднання однотипних таблиць в одну з проведенням додаткових розрахунків за допомогою Microsoft Excel.

Поняття «консолідована інформація» охоплює одержані з декількох джерел та системно інтегровані різнотипні інформаційні ресурси, які в сукупності наділені ознаками повноти, цілісності, несуперечності та складають адекватну інформаційну модель проблемної області з метою її аналізу, опрацювання та ефективного використання в процесах підтримки прийняття рішень. Виходячи з цього, поняття «конкурентна розвідка», яке використовується на паритетних засадах деякими

дослідниками, все ж є одним з аспектів цілісних процесів та процедур консолідації інформації, а саме як процесу формування інформаційного ресурсу для підтримки прийняття рішень [3].

Разом з тим, консолідована інформація покликана із використанням всіх можливостей, активно оперуючи інформаційними ресурсами, розробляти технологічні засади створення інформаційного продукту, виконувати якісно-змістове перетворення інформації, функціонально перетинаючись в цьому плані з науковою (виробництво нового знання) й управлінською (розроблення варіантів рішень, сценаріїв) діяльністю.

Процес консолідації інформації – це процес перетворення даних в інформацію і знання про бізнес, метою якого є супровід і підтримка прийняття неформальних рішень. Тобто інформаційне забезпечення бізнесу, причому в самому широкому сенсі, засноване на принципі об'єднання таких складових як інформація, бізнес-процеси, апаратні засоби, програмні засоби, люди.

На Симпозіумі ЮНЕСКО з аналізу та консолідації інформації, що проходив 12-15 вересня 1978 р. в Коломбо, Шрі Ланка, було встановлено наступне визначення:

Дії по консолідації інформації – використовується для визначення обов'язків, які виконують індивіди, департаментами чи організаціями для оцінювання і стиснення важливих документів з метою забезпечення груп користувачів надійними і лаконічними масивами знань. Індивіди чи групи індивідів, що виконують дії по консолідації інформації становлять підрозділ консолідації інформації.

На сьогоднішній день відбуваються проектування консолідованого інформаційного ресурсу в основі якого лежить база даних для організації дозвілля, яка буде зберігати всю необхідну інформацію про їх діяльність. Розроблену базу даних доцільно представляти у вигляді ЕК<моделі. Основними сутностями баз даних, які розробляються, є наступні: Організація, Відділи організації, Відділи, Кадри, Послуги, Замовлення. В отриманих сутностях визначаються їх атрибути, ключові поля, зв'язки та ступені відношення між сутностями. В результаті виконання даного етапу база даних для організації дозвілля повністю стає підготовленою до програмної реалізації [1, 2].

Також необхідним є запропонування звітів, що формуються на основі інформації, отримуваної з бази даних підприємств щодо організації дозвілля. Використання даних звітів в якості аналітичних інструментів сприятиме прийняттю ефективних управлінських рішень щодо діяльності організації дозвілля. Отримані на їх основі дані повинні відповідати умовам повноти, достовірності та актуальності, адже мають відображати тільки якісні сторони діяльності організації [4].

Висновки

У новітніх умовах не можна забезпечити якісне ведення організації дозвілля без використання та впровадження сучасних інформаційних технологій чи нововведень в галузі комп'ютерингу. Їх використання забезпечує дотримання сукупності вимог, що ставляться для якісного та продуктивного ведення організації дозвілля та формують якість даного процесу. Тому впровадження нововведень у галузі комп'ютерингу у діяльність підприємств, робота яких направлена на організацію дозвілля дасть змогу: удосконалити якість надання послуг; знизити економічну небезпеку організації; підвищити продуктивність праці працівників; значною мірою посилити конкурентоспроможність підприємств тощо.

Отже, потрібно прискорити втілення хорошої ідеї зі створення консолідованого ресурсу, що допоможе сприяти покращенню організації дозвілля. Для успіху роботи цього проекту треба мати чітке бачення роботи, потрібно постійно генерувати ідеї, вибудовувати комунікацію, оцінювати виконану роботу. Також, щоб проект функціонував, потрібно використовувати в обов'язковому порядку західний досвід.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Калитич Г. І. Консолідація інформації, знань і мудрості як проектування і основа гармонійного поступу України [Текст] / Г. І. Калитич // НТІ. — 2008. — № 1. — 51 с.
2. Бондаренко М. Ф. Информационному обществу — профессионалов в области информации (Business Intelligence и Knowledge Management на службе государству) [Електронний ресурс] / М. Ф. Бондаренко, С. И. Маторин, Е. А. Соловьева. — Режим доступа : www.it2b.ru/it2b2.view3.page123.html. — Опис на основі головної сторінки (переглянуто 02 травня 2012, останнє оновлення 11 жовтня 2011 15:01).
3. Деревянко А. С., Солощук М. Н. Технологии и засоби консолидации информации : учебное пособие / А. С. Деревянко, М. Н. Солощук. — Харьков : НТУ «ХПИ», 2008. — 573 с.

4. Сташко І. В. Організація дозвілля як галузь, що потребує консолідованого підходу : Посібник / І. В. Сташко,. — Харків, 2018. — 89 с.
5. Методичні вказівки до проведення практичних занять та до виконання самостійної й індивідуальної роботи з дисципліни „Основи науково-дослідної роботи» для студентів напрямів підготовки 6.030601 – „Менеджмент» та 6.170103 – „Управління інформаційною безпекою» / Укладачі: А. О. Азарова, В. В. Карпінєць. – Вінниця: ВНТУ, 2013. – 44 с
6. Азарова А. О. Оцінка ефективності інвестиційних проектів [Текст] / А. О. Азарова, Д. М. Бершов // Фінанси України. – № 9. – 2004. – С. 52–57.
7. Азарова А. О. Розробка методики визначення компетентності експертів при побудові СППР щодо оцінювання фінансового стану підприємства [Текст] / А. О. Азарова, О. В. Рузакова, Л. В. Воронюк // Механізми регулювання економіки. – 2006. – № 2. – С.133–138.
8. Азарова А. О. Математичні моделі та методи управління мотивацією персоналу [Текст] / А. О. Азарова, О. А. Ковальчук . — Вінниця : ВНТУ, 2014. – 140 с.
9. Ткачук Л. М. Оцінка ефективності роботи консолідованого інформаційного ресурсу аналізу діяльності банків [Текст] / Л. М. Ткачук А.П.Ткачук // Materials of the XIII International scientific and practical Conference «SCIENCE AND CIVILIZATION- 2017», Volume 9 : Modern information technology . Agriculture . Mathematics . Construction and architecture . Sheffield. Science and education LTD - P.28-30.
10. Азарова А. О. Математична модель та метод оцінки рівня ризику структури капіталу засобами нейронної мережі Хопфілда [Текст] / А. О. Азарова, О. М. Роїк, Л. А. Кілимник // Актуальні проблеми економіки. - 2010. – № 1(103). – С. 245–253.

Азарова Анжеліка Олексіївна – к.т.н., проф. каф. МБІС, заст. декана Факультету менеджменту та інформаційної безпеки з наукової роботи та міжнародного співробітництва Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: azarova.angelika@gmail.com.

Ткачук Людмила Миколаївна – к.е.н., доц. каф. МБІС, заст. декана Факультету менеджменту та інформаційної безпеки з навчально-методичної роботи Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: ludatkachuk2017@gmail.com.

Вергеліс Валерія Олегівна – студентка групи КІН-18м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: vergelis.lera@gmail.com

Anzhelika Azarova — Ph.D., Professor, Deputy dean of the Faculty of management and information security by scientific work and international cooperation Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: azarova.angelika@gmail.com.

Lyudmila Tkachuk – PhD (Ec), Assistant Professor, Deputy dean of the Faculty of management and information security by educational work of Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : ludatkachuk2017@gmail.com

Valeria Verhelis – student of group KIN-18 m, faculty of management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia. email : vergelis.lera@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ ПРИ СТВОРЕННІ КОНСОЛІДОВАНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО РЕСУРСУ СПОРТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто процес роботи над створенням консолідованого інформаційного ресурсу спортивної діяльності міста Вінниці засобами електронного урядування. Проаналізовано методи консолідованої інформації та засоби для створення такого ресурсу.

Ключові слова: консолідована інформація, консолідований інформаційний ресурс, електронне урядування, галузь спорту.

Abstract

The process of work on creation of a consolidated information resource of sports activity of the city of Vinnitsa by means of e-government is considered. The methods of consolidated information and means for creation of such resource are analyzed.

Keywords: consolidated information, consolidated information resource, e-government, sports industry.

Вступ

Активний розвиток спортивної галузі сьогодні не можливий без застосування інформаційних технологій, зокрема інструментарію нової інформаційної галузі – консолідованої інформації. Сьогодні інформаційні технології з консолідації інформації – вагома корпоративної складова інформаційного супроводу спортивної галузі. Дана робота присвячена розробці консолідованого інформаційного ресурсу спортивної діяльності міста Вінниці. Основним завданням даної розробки є представлення консолідованих аналітичних даних, у зручному для користувача вигляді, які згодом застосовуватимуться для подальшого аналізу фахівцями організації.

Результати дослідження

Інформаційно-комунікаційні технології стали невід'ємним елементом функціонування сучасного суспільства, від яких залежить розвиток науки і техніки. Одним з таких інструментів відкритості влади є електронне урядування, що забезпечує нові форми комунікації між громадянами, бізнесом та владою, безперешкодний доступ до публічної інформації та сприяє участі громадян у виробленні та впровадженні державної політики, наданні більш якісних послуг.

Електронне урядування – форма організації державного управління, яка сприяє підвищенню ефективності, відкритості та прозорості діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування з використанням інформаційно-телекомунікаційних технологій для формування нового типу держави, орієнтованої на задоволення потреб громадян [1].

Значний теоретичний доробок є наявним в галузі моделювання процесів управління різних суб'єктів господарювання, зокрема, державних установ [2-10].

У систему консолідації інформації можуть входити значна кількість відокремлених баз та сховищ даних, кожна з яких так чи інакше допомагає збирати та аналізувати інформацію. Задля належного стану і довготривалої перспективи у розвитку галузі фізичного виховання, спорту і здоров'я людини потрібна кропітка і наполеглива постійна праця. У цій галузі, як і в будь-якій іншій, доленосною є керівна функція. В Україні, маючи надзвичайно високий потенціал кадрового забезпечення в спорті вищих досягнень, ми можемо пишатися результатами. Адже саме діяльність спеціалістів, тренерів, менеджерів, організаторів, керівників спортивного міністерства, національного олімпійського комітету, федерацій сприяла тому, що Україна посідає 11 місце у світі

на Олімпійських іграх і четверте місце – на Параолімпіаді. На думку керівників міжнародного спорту, Україна сьогодні є одним із лідерів щодо темпів розвитку параолімпійського руху. Але коли не буде переорієнтації державного бюджету на потреби спорту вищих досягнень, коли не буде пріоритету у розвитку матеріально-технічної бази, медико-фармакологічного забезпечення, не буде організовано відповідного інформаційного супроводу керівного складу галузі, то на наступній олімпіаді такі результати будуть недостижними. Для інформаційного забезпечення ефективного управління перебігом змагань та загальною діяльністю спортсменів; ефективною підготовкою спортсменів, засобами та методами її удосконалення; моделюванням та прогнозуванням в системі підготовки спортсменів; побудовою процесу підготовки спортсменів у різних структурних утвореннях фізкультурно-спортивної спрямованості; позатренувальними та позазмагальними чинниками в системі підготовки та спортивної діяльності спортсменів; розвитком спорту інвалідів.

В даній роботі було розглянуто поняття консолідації інформації, предметна область та поняття баз даних. Після аналізу і розгляду переваг і недоліків наявних сьогодні у вільному доступі програмних продуктів, а також зіставлення їх з вимогами і завданнями, які передбачається вирішувати під час створення консолідованого інформаційного ресурсу спортивної галузі, інструментальних можливостей, зупинили свій вибір на реалізації БД у середовищі Microsoft Access – Office Access 2007, яка надає можливість спільно використовувати й оновлювати дані, а також по-різному керувати ними.

База даних була спроектована методом сутність-зв'язок та нормалізована до третьої нормальної форми. В результаті проектування було отримано усі сутності та ER модель. Також виконано практичну розробку бази даних для спортивної діяльності міста Вінниця. Розроблено веб-сторінку яка представлятиме веб-сервіс на основі створеної бази даних. За допомогою веб-сервісу здійснено можливість керування даними у базі, та отримувати статистичні

данні для подальшого аналізу. Також розраховано економічну цінність розробки та доведено її доцільність.

Після створення БД користувачі можуть працювати зі списками або у зв'язаних таблицях Access, використовуючи функції для керування даними та своєчасно одержуючи відомості про зміни. Списки можна зв'язати як таблиці в базі даних, що може стати у нагоді для відстеження даних на сайті. Потім для роботи з даними можна створити форми, запити та звіти. Працюючи з цими списками на сайті, користувачі можуть відкривати запити та звіти Access із меню Подання. Перемістивши дані Access до сайту, можна керувати дозволами на перегляд даних, відстежувати версії та відновлювати будь-які випадково видалені дані. Досконала можливість інтегрування даних між програмою Office Access 2007 та сайтом підвищує продуктивність і ефективність використання.

Висновок

Отже, консолідація інформаційного ресурсу спортивної діяльності міста Вінниця дасть змогу популяризувати наше місто у контексті проведення спортивних заходів та оздоровлення, а також дослідити всі можливості спортивних напрямів та його розвитку в місті. Ефективний розвиток спорту в Вінниці дасть змогу приймати спортивні заходи міжнародного рівня, що приведе до підвищення економічного прибутку міста. створити нові робочі місця, розвивати мале і середнє підприємництво у сфері туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Електронне урядування та електронна демократія: навч. посіб.: у 15 ч. / за заг. ред. А.І. Семенченка, В.М. Дрешпака. – К., 2017. Частина 2: Електронне урядування: основи та стратегії реалізації / [А.І. Семенченко, А.О. Серенюк]. – К.: ФОП Москаленко О.М., 2017. – 72 с.
2. Методичні вказівки до проведення практичних занять та до виконання самостійної й індивідуальної роботи з дисципліни “Основи науково-дослідної роботи” для студентів напрямів підготовки 6.030601 – “Менеджмент” та 6.170103 – “Управління інформаційною безпекою” / [уклад. : А. О. Азарова, В. В. Карпінєць]. – Вінниця : ВНТУ, 2013. – 44 с.
3. Азарова А.О. Розроблення принципів побудови раціонального методу формалізації процесу оцінювання конкурентоспроможності вітчизняних підприємств / А.О. Азарова, О.В. Житкевич // Інноваційна економіка. - № (41). – 2013. – С. 93-96
4. Азарова А.О. Управління конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств як базовий важіль забезпечення інноваційного розвитку економіки / А.О. Азарова, О.В. Житкевич // Колективна

монографія: *Socio economic problems of management Collevtive monograph*: - Thorpe-Bowker® Melbourne, Australia, 2015. – С. 209-218.

5. Азарова, А. О. Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства [Текст] : монографія / А. О. Азарова, О. В. Рузакова. — Вінниця : ВНТУ, 2010. — 172 с.

6. Азарова А. О. Оцінка ефективності інвестиційних проектів [Текст] / А. О. Азарова, Д. М. Бершов // Фінанси України. – № 9. – 2004. – С. 52–57.

7. Азарова А. О. Розробка методики визначення компетентності експертів при побудові СППР щодо оцінювання фінансового стану підприємства [Текст] / А. О. Азарова, О. В. Рузакова, Л. В. Воронюк // Механізми регулювання економіки. – 2006. – № 2. – С.133–138.

8. Азарова А. О. Математичні моделі та методи управління мотивацією персоналу [Текст] / А. О. Азарова, О. А. Ковальчук. — Вінниця : ВНТУ, 2014. – 140 с.

9. Ткачук Л. М. Оцінка ефективності роботи консолідованого інформаційного ресурсу аналізу діяльності банків [Текст] / Л. М. Ткачук А.П.Ткачук // Materials of the XIII International scientific and practical Conference «SCIENCE AND CIVILIZATION- 2017», Volume 9 : Modern information technology . Agriculture . Mathematics . Construction and architecture . Sheffield. Science and education LTD - P.28-30.

10. Азарова А. О. Математична модель та метод оцінки рівня ризику структури капіталу засобами нейронної мережі Хопфілда [Текст] / А. О. Азарова, О. М. Роїк, Л. А. Кілимник // Актуальні проблеми економіки. - 2010. – № 1(103). – С. 245–253.

Азарова Анжеліка Олексіївна – к.т.н., проф. каф. МБІС, заст. декана Факультету менеджменту та інформаційної безпеки з наукової роботи та міжнародного співробітництва Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: azarova.angelika@gmail.com.

Ткачук Людмила Миколаївна – к.е.н., доц. каф. МБІС, заст. декана Факультету менеджменту та інформаційної безпеки з навчально-методичної роботи Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: ludatkachuk2017@gmail.com.

Хомяк Вікторія Дмитрівна – студентка групи КІН-18м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Anzhelika Azarova — Ph.D., Professor, Deputy dean of the Faculty of management and information security by scientific work and international cooperation Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: azarova.angelika@gmail.com.

Lyudmila Tkachuk – PhD (Ec), Assistant Professor, Deputy dean of the Faculty of management and information security by educational work of Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : ludatkachuk2017@gmail.com

Victoria Khomyak - student of group KIN-18 м, faculty of management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

КОНСОЛІДОВАНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ РЕСУРС ДЛЯ ОБРОБЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ СФЕРИ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У даній роботі обґрунтовано та проаналізовано поняття консолідації даних та процесу консолідації інформації, також встановлено способи розробки консолідованого інформаційного ресурсу для застосування у сфері готельного бізнесу, що стане інструментом для управлінців у процесі прийняття важливих рішень.

Ключові слова : консолідований інформаційний ресурс, готельний бізнес, консолідована інформація.

Abstract

In this paper, the concept of data consolidation and consolidation of information is substantiated and analyzed, as well as ways of developing a consolidated information resource for application in the sphere of hotel business, which will become a tool for managers in the process of making important decisions.

Keywords : consolidated information resource, hotel business, consolidated information.

Вступ

Готельний бізнес – важлива складова туристичної інфраструктури, що відіграє провідну роль у презентації вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Ця сфера в комплексі туристичних послуг світового господарства розвивається швидкими темпами і в перспективі, згідно прогнозів відомих профільних організацій, може стати найбільш важливим сектором туристичної діяльності. Це основна складова туристичної індустрії за обсягом матеріальних і фінансових ресурсів, кількістю зайнятих працівників, обсягом доходів у туризмі. Готельний сервіс містить цілий комплекс послуг для туристів і є ключовим чинником, що визначає перспективи розвитку туризму.

Стан готельної сфери впливає на розвиток індустрії туризму загалом, створення туристичних послуг, інші ключові сегменти економіки – транспорт, будівництво, зв'язок, торгівлю та ін. Таким чином, створення високоефективного готельного господарства відіграє важливе значення як один з пріоритетних напрямів структурної перебудови економіки України [4].

Результати дослідження

Для створення консолідованого інформаційного ресурсу в сфері готельного бізнесу потрібно у першу чергу створити базу даних, яка містила б у собі дані про готелі, розташовані в країні, їх тип та кількість їхніх клієнтів. База даних також повинна бути створена з можливістю додавання нових даних або видалення застарілих. Для розробки бази даних необхідно орієнтуватися на кінцевого користувача, аналітика, який буде приймати рішення на основі поданої інформації. Це дозволить ще на етапі розробки бази даних обрати необхідні дані для повного відображення наявної інформації про різні типи готелів та їх прибуток.

Впровадження сучасних інформаційних технологій у діяльність суб'єктів готельного бізнесу є необхідною умовою їх успішної роботи, оскільки точність, надійність, оперативність і висока швидкість опрацювання та передавання інформації визначають ефективність роботи аналітика.

Консолідована інформація — це одержані з декількох джерел та системно інтегровані різнотипні інформаційні ресурси (знання), які в сукупності наділені ознаками повноти, цілісності, несуперечності та складають адекватну інформаційну модель проблемної області з метою її аналізу опрацювання та ефективного використання в процесах підтримки прийняття рішень [1].

Вперше поняття —консолідована інформація увійшло до наукового й практичного обігу із назви симпозіуму ЮНЕСКО (1978 р.)

За визначенням ЮНЕСКО, консолідована інформація – це відкрите знання, спеціальним чином дібране, проаналізоване, оцінене і, можливо, реструктуроване і переформатоване для обслуговування нагальних рішень, проблем та інформаційних потреб певної клієнтури або соціальної групи. Консолідація даних – це об'єднання однотипних таблиць в одну з проведенням додаткових розрахунків за допомогою Microsoft Excel [3].

Процес консолідації інформації — це процес перетворення даних в інформацію і знання про бізнес, метою якого є супровід і підтримка прийняття неформальних рішень. Тобто інформаційне забезпечення бізнесу, причому в самому широкому сенсі, заснований на принципі об'єднання таких складових як інформація, бізнес-процеси, апаратні засоби, програмні засоби, люди. Консолідована інформація покликана розробляти технологічні засади створення інформаційного продукту, виконувати якісно-змістове перетворення інформації, функціонально перетинаючись в цьому плані з науковою (виробництво нового знання) й управлінською (розроблення варіантів рішень, сценаріїв) діяльністю [2].

В умовах конкурентного ринку послуг гостинності підприємства готельного бізнесу при обслуговуванні туристів та інших категорій громадян повинні забезпечити не лише високий рівень комфорту проживання, але й постійно підвищувати рівень сервісного обслуговування клієнтів, пропонувати широкий вибір додаткових та супутніх послуг, в тому числі інформаційні, побутові, посередницькі, послуги бізнес-центру, організації дозвілля та ін.

Актуальна проблема впровадження у системі управління вітчизняними готельними підприємствами сучасних ефективних моделей управління, що відповідають світовим стандартам, обумовлена необхідністю надання високоякісних послуг, зниженні витрат, координації персоналом, проведення маркетингових досліджень ринку готельних послуг. Досвід економічної діяльності останніх років у готельному господарстві України свідчить про повільне підвищення якісних параметрів оцінки продуктивності праці підприємствами галузі. Одночасно сьогодні розвивається мережа готелів високої категорії обслуговування, які надають послуги розміщення згідно з вимогами світових стандартів.

Висновки

Глобалізація світової економіки та трансформаційні процеси у національній економіці зумовлюють інтенсифікацію ділових, наукових та культурних обмінів, зростання у соціальній структурі частки осіб середнього достатку. Роль високо-категорійних готелів та попит на високоякісні послуги у розвитку ділової інфраструктури України буде збільшуватись. Тому, важливо у перспективі враховувати принципи створення сучасної туристичної інфраструктури, провести маркетингові дослідження шляхів і методів підвищення інвестиційної привабливості проектів будівництва, модернізації засобів розміщення, розвитку найбільш економічно привабливого – ділового туризму.

З урахуванням актуальності і перспективності ділового туризму в Україні виникає необхідність в консолідації інформації в області готельного бізнесу з тим, щоб можна було приймати рішення щодо покращення існуючих структур.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Матвієнко О. В. Консолідована інформація: навч. посібник/ П. І. Матвієнко, М. Н. Цивін – Київ: «Центр учбової літератури», 2014. – 43 с.
2. Кісь Я. П. Методи документування консолідованої інформації: навч. посібник / Я. П. Кісь, Р. О. Голошук – Львів: Львівська політехніка, 2010. – 238 с.
3. Азарова А. О. Розроблення принципів побудови раціонального методу формалізації процесу оцінювання конкурентоспроможності вітчизняних підприємств / А. О. Азарова, О. В. Житкевич // Інноваційна економіка. - № (41). – 2013. – С. 93-96
4. Азарова А. О. Управління конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств як базовий важіль забезпечення інноваційного розвитку економіки / А. О. Азарова, О. В. Житкевич // Колективна монографія: Socio economic problems of management Collective monograph: - Thorpe-Bowker® Melbourne, Australia, 2015. – С. 209-218.

5. Азарова, А. О. Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства [Текст] : монографія / А. О. Азарова, О. В. Рузакова. — Вінниця : ВНТУ, 2010. — 172 с.
6. Азарова А. О. Розробка методики визначення компетентності експертів при побудові СППР щодо оцінювання фінансового стану підприємства [Текст] / А. О. Азарова, О. В. Рузакова, Л. В. Воронюк // Механізми регулювання економіки. – 2006. – № 2. – С.133–138.
7. Азарова А. О. Математичні моделі та методи управління мотивацією персоналу [Текст] / А. О. Азарова, О. А. Ковальчук. — Вінниця : ВНТУ, 2014. – 140 с.
8. Ткачук Л. М. Оцінка ефективності роботи консолідованого інформаційного ресурсу аналізу діяльності банків [Текст] / Л. М. Ткачук А.П.Ткачук // Materials of the XIII International scientific and practical Conference «SCIENCE AND CIVILIZATION- 2017», Volume 9 : Modern information technology . Agriculture . Mathematics . Construction and architecture . Sheffield. Science and education LTD - P.28-30.
9. Азарова А. О. Математична модель та метод оцінки рівня ризику структури капіталу засобами нейронної мережі Хопфілда [Текст] / А. О. Азарова, О. М. Роїк, Л. А. Кілимник // Актуальні проблеми економіки. - 2010. – № 1(103). – С. 245–253.
10. Методичні вказівки до проведення практичних занять та до виконання самостійної й індивідуальної роботи з дисципліни „Основи науково-дослідної роботи” для студентів напрямів підготовки 6.030601 – „Менеджмент” та 6.170103 – „Управління інформаційною безпекою” / Укладачі: А. О. Азарова, В. В. Карпінєць. – Вінниця: ВНТУ, 2013. – 44 с.

Ткачук Людмила Миколаївна – к.е.н., доц. каф. МБІС, заст. декана Факультету менеджменту та інформаційної безпеки з навчально-методичної роботи Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: ludatkachuk2017@gmail.com.

Стахова Олена Агатовна – к.пед.н., викладач математичних дисциплін Вінницького технічного коледжу, м. Вінниця.

Смалківська Анастасія Юрївна – студентка групи КІН-18м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: smalkivskaa@gmail.com

Lyudmila Tkachuk – PhD (Ec), Assistant Professor, Deputy dean of the Faculty of management and information security by educational work of Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : ludatkachuk2017@gmail.com

Olena Stakhova - Ph.D., Assistant Professor of mathematical disciplines of Vinnitsa Technical College, Vinnytsia.

Anastasiya Smalkivska – student of group KIN-18 m, faculty of management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : smalkivskaa@gmail.com

НЕОБХІДНІСТЬ СТВОРЕННЯ КОНСОЛІДОВАНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО РЕСУРСУ ДЛЯ АНАЛІЗУ ПРОБЛЕМИ ЛІСОВИХ РЕСУРСІВ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В даній роботі визначено роль і значення лісових ресурсів на території України, проаналізовано методи уникнення проблем з незаконним вирубуванням лісів, визначено засоби, за допомогою яких можна збільшити лісистість на території України та запропоновано заходи покращення стану лісів України.

Ключові слова: консолідований інформаційний ресурс, ліс, лісові ресурси.

Abstract

In this paper, the role and significance of forest resources in the territory of Ukraine are determined, methods of avoiding problems with illegal felling of forests are determined, tools are used to increase the forest cover on the territory of Ukraine and measures to improve the condition of forests of Ukraine are proposed.

Key words: consolidated information resource, forest, forest resources.

Зважаючи на клімат та родючість землі, розвиток лісового господарства в Україні не мав би бути проблемою для влади та суспільства. Однак, тут постійно виникають питання, про які, на жаль, говорять не часто. Оскільки в Україні добре розвинена меблева промисловість, велика кількість деревини йде саме на обробку для меблів. Це спричиняє зменшенню засадженості лісів на території України, яка могла б досягати набагато більших габаритів.

Загальна площа українських лісів становить 9400,2 тис. га, з них хвойні ліси (переважаюча порода — сосна та ялина) займають 42,2%, твердолистяні (дуб, бук) — 43,2% та м'яколистяні (береза, осика) — 13,6%. Лісами покрито 15,6% території країни, хоча в інших країнах цей показник набагато вищий: у Фінляндії він охоплює 58% території, у Швеції 67,7%, в Німеччині 29%, у Франції 28%, в Канаді 26,6%, у США 32,7%, в Росії 50%. За показником лісистості території, Україна належить до малолісних країн Європи.

Звичайно, щоб запаси деревини не зменшувались, здійснюється своєчасна висадка і догляд за деревами на ділянках зрубаного лісу, але не контролюються самовільні (не законні) рубки лісів, які завдають чималих збитків лісам України.

Об'єктом дослідження є процес створення інформаційно-аналітичного середовища засобами сучасних інформаційних технологій.

Предметом дослідження є створення консолідованого ресурсу аналізу проблеми лісових ресурсів на території України.

Мета дослідження — підвищення контролю над самовільним вирубуванням лісів для покращення стану лісових ресурсів України.

Для досягнення вищенаданої мети було поставлено та вирішено такі завдання:

- 1) Визначити роль і значення лісових ресурсів.
- 2) Визначити проблеми зменшення лісистості та засоби їхнього уникнення.

- 3) Проаналізувати методи уникнення проблеми з незаконним вирубуванням лісів.
- 4) Визначити засоби, якими можливо досягнути збільшення лісистості.
- 5) Розробити рекомендації та пропозиції щодо проблеми лісових ресурсів на території України на основі консолідованого інформаційного ресурсу.

За своїм призначенням і розташуванням лісові зони виконують, переважно, водоохоронні, захисні, санітарно-гігієнічні, оздоровчі функції, а також забезпечують потреби суспільства в лісових ресурсах.

Усім відомо, що ліси називають «легенями планети», адже вони відновлюють кисень в атмосфері, зберігають ґрунтові води та запобігають руйнуванню ґрунту. Тому збереження лісів необхідно навіть для здоров'я людства.

Українські ліси поділяють по двох категоріях: штучні та природні. Природні ліси говорять самі за себе, а штучними засаджують в один період певну площу і відповідно за ними доглядають. Дуже велика частина таких лісів припадає на схід України, але через бойові дії значна частка знищена. Через це над лісами будуть працювати в Херсонській та Рівненській областях, адже там мала лісистість і, відповідно, багато вільного місця для насадження дерев.

Екологи великою проблемою зазначають хвороби дерев, їх потрібно вирубувати, тому що згодом може вимерти весь ліс. Проте, найбільше захисників навколишнього середовища турбує вирубка здорових дерев.

«На щастя, дерева дуже не хворіють і це не є головною проблемою вирубування лісів. В нас процвітає незаконна масова вирубка лісів, та навіть цілих заповідників. Люди будують собі котеджі і для цього вирубують навіть цілі лісосмуги.» - зазначає співголова Асоціації зелених України Олександр Щербань.

Для боротьби з такою безвідповідальністю в Україні впровадили так зване чіпування дерев. За їх допомогою можна відслідкувати перевезення деревини як по Україні, так і за кордон. Цей метод є ефективним і діючим, але він лише в процесі запровадження і екологи не вірять, що це дійде до всіх лісів України, кажуть, що це лише на папері, але якщо і впровадять, то пройде стільки часу, що «чіпувати» нічого не залишиться.

Ще одним методом уникнення вирубки лісів є заміна деревини іншими ресурсами в деяких галузях. Наприклад, джерелами палива можуть виступати інші матеріали, або для будівництва уникати масового використання деревини. Цей метод є досить поширеним, та все одно люди люблять природні та якісні матеріали, а деревина входить у ці рамки, тому не зможуть люди відмовитись від цієї розкоші.

Тому для збільшення лісистості необхідно впроваджувати заходи і привілегії користування альтернативними матеріалами та ресурсами, щоб люди з повагою ставились до лісів.

З усього вищесказаного можна зробити певні рекомендації та висновки щодо покращення лісистості на території України.

Підвищення ефективності управління лісовим господарством в свою чергу передбачає:

- запровадження принципів невиснажливого лісокористування та екосистемного підходу в процесі реформування і збалансованого розвитку лісового господарства;
- збільшення штрафів за незаконне вирубування лісів;
- забезпечення охорони та відтворення лісів у межах населених пунктів та лісів, які створені або створюються на землях приватної форми власності;
- проведення ефективного моніторингу стану лісів;

- екологічне виховання населення, інформування громадськості про стан лісового господарства.

Завдяки таким заходам можливо отримати кращий результат по використанню лісових ресурсів та збільшити лісистість України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Методичні вказівки до проведення практичних занять та до виконання самостійної й індивідуальної роботи з дисципліни „Основи науково-дослідної роботи” для студентів напрямів підготовки 6.030601 – „Менеджмент” та 6.170103 – „Управління інформаційною безпекою” / Укладачі: А. О. Азарова, В. В. Карпинець. – Вінниця: ВНТУ, 2013. – 44 с
2. Крисюк Б.В. Класифікація галузевих ризиків у лісовому господарстві України / Б.В. Крисюк, В.І. Крисюк // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – №1. – С.80-87.
3. Інформаційний електронний ресурс: <https://www.unian.ua/ecology/1194415-problemi-lisovih-resursiv-ukrajini.html>
4. Лісовий кодекс України (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1994, № 17, ст.99).
5. Азарова А.О. Управління конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств як базовий важіль забезпечення інноваційного розвитку економіки / А.О. Азарова, О.В. Житкевич // Колективна монографія: Socio economic problems of management Collective monograph: - Thorpe-Bowker® Melbourne, Australia, 2015. – С. 209-218.
6. Азарова, А. О. Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства [Текст] : монографія / А. О. Азарова, О. В. Рузакова. — Вінниця : ВНТУ, 2010. — 172 с.
7. Азарова А. О. Розробка методики визначення компетентності експертів при побудові СППР щодо оцінювання фінансового стану підприємства [Текст] / А. О. Азарова, О. В. Рузакова, Л. В. Воронюк // Механізми регулювання економіки. – 2006. – № 2. – С.133–138.
8. Азарова А. О. Математичні моделі та методи управління мотивацією персоналу [Текст] / А. О. Азарова, О. А. Ковальчук. — Вінниця : ВНТУ, 2014. – 140 с.
9. Ткачук Л. М. Оцінка ефективності роботи консолідованого інформаційного ресурсу аналізу діяльності банків [Текст] / Л. М. Ткачук А.П.Ткачук // Materials of the XIII International scientific and practical Conference «SCIENCE AND CIVILIZATION- 2017», Volume 9 : Modern information technology . Agriculture . Mathematics . Construction and architecture . Sheffield. Science and education LTD - P.28-30.
10. Азарова А. О. Математична модель та метод оцінки рівня ризику структури капіталу засобами нейронної мережі Хопфілда [Текст] / А. О. Азарова, О. М. Роїк, Л. А. Кілімник // Актуальні проблеми економіки. - 2010. – № 1(103). – С. 245–253.

Азарова Анжеліка Олексіївна – к.т.н., проф. каф. МБІС, заст. декана Факультету менеджменту та інформаційної безпеки з наукової роботи та міжнародного співробітництва Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: azarova.angelika@gmail.com.

Івінська Ганна Костянтинівна – студентка групи КІН 18-мі Факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінниця, e-mail: ivinskaanna@gmail.com

Ткачук Анастасія Павлівна – студентка групи ІПІ-15б, факультет інформаційних технологій та комп'ютерної інженерії, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Anzhelika Azarova — Ph.D., Professor, Deputy dean of the Faculty of management and information security by scientific work and international cooperation Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: azarova.angelika@gmail.com.

Anna Ivinska - student of group KIN 18th Faculty of Management and Information Security, Vinnytsya, e-mail: ivinskaanna@gmail.com

Anastasiya Tkachuk - student of group ІPI-15b, faculty of information technologies and computer engineering, Vinnitsa National Technical University, Vinnytsia.

ДОСЛІДЖЕННЯ МОЖЛИВОСТІ ПІДВИЩЕННЯ СТІЙКОСТІ ПРОТОКОЛУ АУТЕНТИФІКАЦІЇ WPA-PSK

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі розглянуто та детально проаналізовано процес роботи протоколу аутентифікації WPA-PSK, а також описано основний його недолік. Крім того запропоновано модифікацію для процесу генерації ключа підтвердження за рахунок використання додаткової операції вживлення порції випадкового числа, що генерується всередині РМК. Отримана криптостійкість ключа підтвердження є вищою за оригінальну майже на 28%.

Ключові слова: WPA-PSK, протокол аутентифікації, криптографія, криптостійкість.

Abstract

The paper examines and analyzes the process of the WPA-PSK authentication protocol, as well as describes its main disadvantage. In addition, a modification is proposed for the process of generating a confirmation key by using an additional operation of feeding a portion of a random number generated within the PMK. The received cryptostability of the confirmation key is higher than the original by almost 28%.

Keywords: WPA-PSK, authentication protocol, cryptography, cryptographic stability.

Захист інформації завжди був однією з пріоритетних ланок досліджень в історії людства. Та лише з розвитком інформаційних технологій стало зрозуміло, на скільки дійсно важливим є приватність даних та захищеність каналу їх передачі. Актуальністю захисту інформації в комп'ютерних мережах зокрема є запобігання викрадення чи спотворення інформації, та в цілому – несанкціонованого доступу до неї. На сьогоднішній день більшість електронних гаджетів вимагають підключення до мережі Інтернет через точки доступу WIFI. Найвразливішою ланкою процесу аутентифікації користувача під час під'єднання до бездротової мережі є частина, що відповідає за обмін секретним ключем між точкою доступу та клієнтом [1].

Ключ доступу до мережі мають як клієнт, так і точка доступу ще до початку процесу з'єднання. Даний ключ, або ж пароль – це секретна інформація що буде використана для того, щоб згенерувати усі необхідні ключі для захисту бездротової мережі. У ході з'єднання генерується декілька ключів для виконання різних задач [2-3]:

1. Спочатку відбувається чотириходове рукоштовання - процес з'єднання клієнта та сервера. На його початку клієнт «аутентифікується» та «асоціюється» з точкою доступу. Насправді цей процес не містить ніяких секретних ключів та створений задля обміну системною інформацією між точкою доступу та клієнтом.

2. Далі відбувається процес обміну так званими рукоштованнями. Узгоджений ключ доступу використовується для створення ключа PSK (Pre-shared key).

3. Довжина ключа доступу має довжину від 8 до 63 символів. Використовуючи Password-Based Key Derivation Function 2 (PBKDF2), ключ доступу, назва мережі та кількість символів в її назві хешуються 4096 разів задля створення 256-бітного Pair Master Key (PMK) (рис. 1).

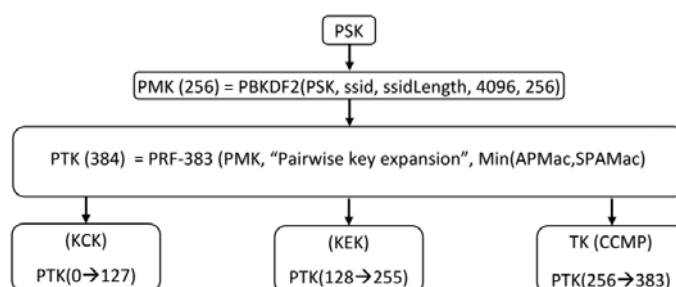


Рисунок 1 – Генерація ключа WPA-PSK

4. Ключ РМК, пароване розширення ключа, МАС-адреси клієнта та точки доступу, випадкові числа що ними генеруються – передаються до псевдовипадкової функції для створення РТК

тимчасового ключа пари. Довжина цього ключа складає 384 біти. Даний ключ містить три підключі, зображені на рисунку 1:

— ключ підтвердження, що використовується для забезпечення цілісності даних в процесі рукописання;

— ключ шифрування, що потрібен для захисту обміну інформації під час рукописання;

— тимчасовий ключ потрібен для захисту даних що передаються в мережі.

Проблемою такого методу аутентифікації та захисту даних являється той факт, що ключ підтвердження перевіряється точкою доступу окремо від всього блоку PSK, а тому завжди існує можливість перехоплення цього блоку злоюмисником [4].

Криптостійкість блоку ключа підтвердження визначається за формулою:

$$z = z_h * z_o$$

де z_h - криптостійкість хешованого ключа, z_o - криптостійкість операцій криптоперетворення.

Практична криптостійкість даного ключа визначається наступними параметрами: $M_{mo}(n)$ - кількість матричних операцій вибраної розмірності; n_k - розрядність ключа, M_{on} - кількість операцій у послідовності, яка реалізує команду [5]. Формула практичної криптостійкості має такий вигляд:

$$K_n = (2^{n_k} * M_{on}) \log_2(M_{mo}(n))$$

Дана величина, у свою чергу буде пропорційна величині $z_o = 2^{K_n}$. Враховуючи величину хешу та довжину блоку, отримуємо практичну криптостійкість, що дорівнює $K_n = 32 * \log_2 1456 = 336$, а отже $z_o = 2^{336}$.

Дієвим рішенням по збільшенню криптостійкості ключа підтвердження є використання додаткової операції вживлення порції випадкового числа, що генерується всередині РМК довжиною 8 біт до блоку ключа підтвердження. У даному випадку, додаткова змінна додасть 4 операції до процесу шифрування, тим самим збільшуючи M_{on} на 4 одиниці.

Обчисливши нову криптостійкість ключа $K_n = 48 * \log_2 1456 = 504$, отримали таку криптостійкість операцій криптоперетворення: $z_o = 2^{504}$. Отримана криптостійкість значно перевищує оригінальну на 28%, що є суттєвим покращенням.

Висновки

В ході проведеного дослідження протоколу аутентифікації WPA-PSK було визначено головний його недолік - ключ підтвердження перевіряється точкою доступу окремо від всього блоку PSK, а тому завжди існує можливість перехоплення цього блоку злоюмисником. Для вирішення цієї проблеми було запропоновано модифікацію для процесу генерації ключа підтвердження за рахунок використання додаткової операції вживлення порції випадкового числа, що генерується всередині РМК. Отримана криптостійкість ключа підтвердження є вищою за оригінальну на 28%.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Вирішення проблеми доступності до мережі Інтернет шляхом динамічного балансування пропускної здатності каналу WEB-трафіку / Ю.Яремчук, Д. Кец, Т. Жевега, К. Безпалый. // Правове, нормативне та метрологічне забезпечення системи захисту інформації в Україні. – 2012. – №1. – С. 58–64.
2. А. В. Соколов. Защита информации в распределенных корпоративных сетях и системах / А. В. Соколов, В. Ф. Шаньгин. - ДМК Пресс., 2012. – 656с.
3. Hacker Dictionary [Electronic Resource]. – Mode of access : URL : <http://www.robergraham.com/hacker-dictionary>. - Назва з екрану.
4. Coron, J.-S., Naccache, D., Tibouchi, M.: Public Key Compression and Modulus Switching for Fully Homomorphic Encryption over the Integers. In: Pointcheval, D., Johansson, T. (eds.) CA, 2011.
5. Huang, Y., Evans, D., Katz, J., Malka, L.: Faster secure two-party computation using garbled circuits., 2010.

Яремчук Яна Юрївна — студент, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: yanunova@hotmail.com.

Науковий керівник: **Карпинець Василь Васильович** — кандидат технічних наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Yaremchuk Yana Yuriivna — student, faculty of Management and Information Security, Vinnitsa National Technical University, Vinnytsia, e-mail: yanunova@hotmail.com.

Supervisor: **Karpinets Vasyl V.** — Ph. D., assistant professor, Head of the Department of Management and Security of Information Systems, Vinnitsa National Technical University, Vinnytsia.

ЗАСОБИ ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ ВІД ВИТОКУ АКУСТИЧНИМИ КАНАЛАМИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В даній роботі розглядаються важливість захисту мовної інформації від витоку, проаналізовано методи та засоби захисту інформації від витоку акустичними каналами, визначено основні проблемні питання (загальносистемного та специфічного характеру), пов'язані зі створенням комплексів технічного захисту інформації (КТЗІ) на об'єктах інформаційної діяльності.

Ключові слова: інформація, захист інформації, мовна інформація, комплекс технічного захисту інформації, об'єкт інформаційної діяльності.

Abstract

The work considers the importance of protecting the linguistic information from leakage, analyzes the methods and means of protecting information from leakage by acoustic channels, identifies the main problem issues (system-wide and specific) related to the creation of information security information protection complexes (ITCs) at information objects.

Keywords: information, information protection, language information, complex of technical protection of information, object of information activity.

Вступ

На сьогоднішній день, не дивлячись активне використання автоматизованих та комп'ютеризованих систем обробки інформації, людська мова залишається одним із найважливіших шляхів інформаційної взаємодії. Більш того, при децентралізації економічної і політичної систем і відповідному збільшенні частки оперативної інформації, що безпосередньо зв'язує самостійних в ухваленні рішень людей, значущість мовного обміну зростає. Одночасно зростає потреба в забезпеченні конфіденційності мовного обміну, тому необхідно визначити які ж існують методи та засоби захисту інформації [1].

Основна частина

Захист інформації від витоку технічними каналами забезпечують за допомогою проектно-архітектурних рішень, проведення організаційних та технічних заходів, а також виявлення портативних закладних пристроїв [2].

Технічні заходи – це заходи спрямовані на захист інформації, які характеризуються використанням спеціальних технічних засобів, а також реалізацією технічних рішень [3].

Технічні заходи використовують для усунення каналів витоку інформації за рахунок зниження рівня інформаційних сигналів або зменшення відношення сигнал/перешкода у місцях можливого розміщення технічного засобу розвідки (ТЗР) або їх датчиків до рівнів, перешкоджають виділенню інформаційних сигналів засобами розвідки. Для проведення таких заходів використовують пасивні та активні методи [4].

До технічних заходів із використанням пасивних методів відносять такі [5]:

1. контроль та обмеження доступу на об'єкти технічних засобів приймання, обробки, зберігання та передавання інформації (ТЗПІ) та у відведених приміщеннях (встановлення на об'єктах ТЗПІ та у відведених приміщеннях технічних засобів та систем обмеження і контролю доступу);
2. локалізація випромінювання:
 - звукоізолювання відведених приміщень;

- заземлення ТЗП та екранів їх з'єднувальних ліній;
 - екранування ТЗП та з'єднувальних ліній.
 - 3. розв'язання інформаційних сигналів:
 - встановлення спеціальних діелектричних вставок в обплетення кабелів електроживлення, труб систем опалення, водозабезпечення і каналізації, що виходять за межі контрольної зони (КЗ);
 - встановлення спеціальних захисних засобів типу Граніт, Рікас у допоміжних технічних засобах і системах (ДТЗС) із мікрофонним ефектом і таких, які мають вихід за межі КЗ;
 - встановлення автономних або ж стабілізованих пристроїв електроживлення ТЗП (наприклад, мотор-генераторів);
 - встановлення в мережах електроживлення ТЗП, а в лініях освітлювальної та розеткової мережі виділених приміщень - завадоподавляючих фільтрів типу ФП, ФСП, ФС-2.
- До технічних заходів із використанням активних методів належать такі [6]:
1. просторове зашумлення:
 - створення акустичних і вібраційних завад за допомогою генераторів акустичного шуму – шумотронів;
 - просторове електромагнітне зашумлення з використанням генераторів шуму або створення прицільних завад відповідними засобами (за умови виявлення та з'ясування частоти випромінювання закладного пристрою або ПЕМВ ТЗП);
 - подавлення працюючих у режимі запису диктофонів за допомогою подавляючих пристроїв.
 2. лінійне зашумлення:
 - мереж електроживлення та кіл заземлення;
 - сторонніх дротів та з'єднувальних ліній ДТЗС;
 4. знешкодження підключених до лінії закладних пристроїв за допомогою спеціальних генераторів імпульсів (випалювачів «жучків»).

Висновки

Безперервне вдосконалення як технологій, так і засобів негласного знімання мовної інформації, що підтверджується зростаючими витратами на розробку і виробництво відповідної апаратури, потребує, згідно з логікою організації протидії, певної уваги до методів та засобів захисту. Щоб гарантувати високу ступінь захисту мовної інформації, необхідно постійно вирішувати складні науково-технічні завдання щодо розробки та вдосконалення засобів і способів її захисту.

Таким чином, безпека мовної інформації досягається комплексним застосуванням апаратних, програмних і криптографічних методів, і засобів захисту, а також організаційних заходів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Методичні вказівки до проведення практичних занять та до виконання самостійної й індивідуальної роботи з дисципліни „Основи науково-дослідної роботи” для студентів напрямів підготовки 6.030601 – „Менеджмент” та 6.170103 – „Управління інформаційною безпекою” / Укладачі: А. О. Азарова, В. В. Карпінєць. – Вінниця: ВНТУ, 2013. – 44 с
2. ТЗІ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tzi.ua/ua/zahist_movno_nformac.html. – Захист мовної інформації.
3. Методи та засоби захисту інформації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bestreferat.ru/referat218628.html>. – Оцінка витоку акустичної інформації для контрольованого приміщення.
4. Абрамов Ю.В., Калининченко М.В., Каргашин В.Л. Досвід практичних робіт по віброакустичному захисту виділених приміщень від просочування мовної інформації // Науково-практична конференція "Ключові проблеми банківської безпеки" Третього московського міжнародного форуму "Технологія безпеки - 98". 1998.
5. Маслов О.Н. Защита акустической информации: резервы системного подхода / О.Н. Маслов, В.Ф. Шашенков // Методы и технологии защиты информации в технических каналах связи. – 2013. – №1. – С. 30-35.
6. Хорев А.А. Методы защиты речевой информации и оценки их эффективности / А.А. Хорев, Ю.К. Макаров // Защита информации. Конфидент. – 2001. – №4. – С. 22-33.

Мурза Сергій Павлович – студент групи КІН – 18мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: murza_serhiy@ukr.net

Науковий керівник: **Людмила Миколаївна Ткачук** – канд. економічних наук, доцент кафедри МБІС, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Murza Serhii - student group UB-14b, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsya, e-mail: murza_serhiy@ukr.net

Scientific supervisor: **Liudmyla Tkachuk** – cand. economic sciences, Assistant Professor of Building MBIS, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa,

Публічне управління процесами розподіленого доступу в галузі телемедицини засобами СУБД

Вінницький національний технічний університет

Анотація У даній роботі досліджуються ризики безпеки, пов'язані з використанням телемедицини послуг і технічних рекомендацій щодо захисту медичних карток з точки зору їх конфіденційності, цілісності і доступності.

Ключові слова: телемедицина, кібербезпека, захист конфіденційних даних

Abstract This article examines the security risks associated with the use of telemedicine services and technical recommendations for the protection of medical records in terms of their confidentiality, integrity and availability.

Key words: telemedicine, cyber security, protection of confidential data

Вступ

Широке й повсюдне використання інформаційних технологій впливає на життя людей у всіх вимірах. Одним з них є охорона здоров'я, яке змінює спосіб співпраці як пацієнтів, так і медичних працівників. Це матеріали з швидким розвитком телемедицини та електронної охорони здоров'я, які стали стандартною медичною практикою і щодня використовуються в десятках країн, і наразі в Україні. Телемедицина відноситься до практики медичних працівників з оцінки, діагностики та лікування пацієнтів у віддалених районах з використанням телекомунікаційних технологій. Це також дає можливість пацієнтам, які знаходяться у віддалених місцях, швидко, ефективно і без поїздки отримати доступ до медичної експертизи. Однак реалізація телемедицини пов'язана виключно з необхідністю обробки конфіденційних персональних даних пацієнтів, зазвичай зберігаються в електронних медичних картах (Емі), до яких тепер можна отримати доступ з інтернету. Персональні дані пацієнтів, включаючи медичні та діагностичні звіти, повинні бути належним чином захищені від несанкціонованого доступу. Інформаційні технології, які забезпечують застосування телемедицини, включають всі стандартні загрози, відомі з Інтернету, які застосовуються до систем, обладнання та програмного забезпечення.

Результати дослідження. Керування інформацією зв'язку, що передається по мережі, може піддаватися, наприклад, підслухуванню і модифікації. Інформація про релізі накладає необхідність забезпечити: цілісність оприлюднення інформації – переконавшись, що інформація не була змінена у бік клієнта, і конфіденційність – переконавшись, що інформація не була доступна ніяким іншим сторонам, ніж дозволено під час її передачі запитуючій стороні. Цілісність може бути реалізована за допомогою цифрового підпису на основі кваліфікованих сертифікатів. Цифровий підпис додається до запитуваної інформації. Він розраховується з використанням асиметричної криптографії та ключів згенерованих з сертифіката (так званий відкритий ключ доступний публічно, а закритий ключ, який повинен зберігатися надійно власником – зазвичай на смарт-карті, захищеної секретним PIN-кодом)[9] Алгоритм дозволяє відправнику створити хеш з повідомлення, а потім зашифрувати його своїм закритим ключем (відомим тільки відправнику). Потім, якщо віддалений сайт здатний розшифрувати підпис, він вважає, що це дійсний цифровий підпис від відправника. Він дає одержувачу підставу вважати, що повідомлення було створено відомим відправником, що він не може заперечувати надсилання повідомлення і що його не було змінено в дорозі (цілісність). Інформація, що передається по мережі, може бути підслухана.[2] Це особливо важливо, коли пристрої використовують бездротові з'єднання із загальним бездротовим середовищем (часто незахищеною гарячою точкою WiFi) і коли трафік може бути легко захоплений і прочитаний. Конфіденційність інформації може бути забезпечена шифруванням самої інформації або шифруванням каналу зв'язку. Це також можна зробити за допомогою цифрових сертифікатів.

Відкритий ключ запитувача може використовуватися для шифрування інформації. Після цього тільки запитувач зможе розшифрувати повідомлення (з його закритим ключем). Сертифікати також можуть використовуватися для шифрування каналу зв'язку.[3-5]

Конфіденційні медичні записи зазвичай зберігаються в базах даних, захист яких має вирішальне значення[1]. Рекомендується застосовувати шифрування даних при зберіганні, яке забезпечує конфіденційність і цілісність, а також робить спроби читання вкраденої бази даних безуспішними. Звичайно, конфіденційні дані після отримання від служби також зберігаються на призначених для користувача пристроях[6-7]. Це можуть бути як офісні комп'ютери, які використовуються в лікарнях та інших медичних установах, так і смартфони, все частіше-приватні пристрої, використовувані також для офіційних справ. Таке ставлення зазвичай називається "принесіть свій пристрій" і сприймається фахівцями з безпеки як особливо ризикована з-за дуже швидкого зростання загроз, спрямованих на мобільні пристрої і дуже недбалого використання смартфонів, які слід розглядати як персональні комп'ютери. Кожен мобільний пристрій повинен мати хоча б антивірусне програмне забезпечення.[10] Також настійно рекомендується застосовувати для використання телемедичних послуг так званий захищений профіль, який дозволяє шифрувати дані, що обробляються під час його активації. [8]

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон Про захист персональних даних (від 13.01.2011 №2939-VI)
2. Комплексні системи захисту інформації : навчальний посібник / [Яремчук Ю. С., Павловський П. В., Катаєв В. С., Сінюгін В. В.] – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 120 с.
3. Романец Ю. В. Защита информации в компьютерных системах и сетях / Ю. В. Романец, П. А. Тимофеев, В. Ф. Шаньгин ; под ред. В. Ф. Шаньгина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Радио и связь, 2001. – 376 с.
4. Щеглов А.Ю. Защита компьютерной информации от несанкционированного доступа [Текст] / А.Ю. Щеглов. – СПб.: Наука и техника, 2004. – 384 с.
5. Свідоство про реєстрацію авторського права на твір №79708. Комп'ютерна програма „Захист інформації від несанкціонованого копіювання шляхом прив'язки до унікальних параметрів вінчестера і використання ключа активації” / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Каплун І. С., Щербатюк А. В. Заявка від 05.06.2018 р. №80958. Дата реєстрації 11.06.2018 р.
6. Свідоство про реєстрацію авторського права на твір №80464. Комп'ютерна програма „Мобільний додаток для захищеного передавання конфіденційних даних у смартфонах” / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Бадя Ю. В. Заявка від 12.06.2018 р. №81238. Дата реєстрації 24.07.2018 р.
7. Свідоство про реєстрацію авторського права на твір №79708. Комп'ютерна програма „Програмний модуль ідентифікації користувача за відбитками пальців через смартфон з подальшою авторизацією” / Азарова А. О., Азарова Л. Є., Мисько Ю. О., Колган В. А. Заявка від 05.06.2018 р. №80951. Дата реєстрації 11.06.2018 р.
8. Безпека та конфіденційність електронних медичних записів, MacAfee white paper, 2011 7.
9. . T. L. Робертс, електронні медичні записи: успіх вимагає культури інформаційної безпеки, читальний зал Інституту SANS InfoSec, 12/2012 4
10. Шосте щорічне базове дослідження з Конфіденційності та безпеки даних охорони здоров'я, Ponemon Institute LLC, травень 2016

Азарова Анжеліка Олексіївна – к.т.н., проф. каф. МБІС, заст. декана Факультету менеджменту та інформаційної безпеки з наукової роботи та міжнародного співробітництва Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: azarova.angelika@gmail.com.

Вальчук Віталій Олегович – студент гр. УБ-156 факультету менеджменту та інформаційної безпеки, м. Вінниця, e-mail: vitalik_valchuk@mail.com.

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

Valchuk Vitalii O. – Department of management and security of information systems, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

КОНСОЛІДОВАНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ РЕСУР ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СПОРТИВНИХ ЗАКЛАДІВ М. ВІННИЦЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Робота описує процес розроблення консолідованого інформаційного ресурсу для аналізу діяльності спортивних закладів міста Вінниці. Крім того, здійснено аналіз предметної області бази даних, визначені головні сутності, атрибути та зв'язки між ними. Здійснено моделювання даних предметної області.

Ключові слова: консолідований інформаційний ресурс, спортивні заклади, база даних

Abstract

The work describes the process of developing a consolidated information resource for analyzing the activities of sports institutions in the city of Vinnytsia. In addition, an analysis of the subject domain of the database was carried out, the main essence, attributes and relationships between them were determined. Data domain modeling is done.

Key words: consolidated information resource, sports facilities, database

Вступ

В умовах глобалізації, інформатизації та розвитку Інтернету змінюються умови ведення бізнесу. Для аналізу та прийняття ефективних управлінських рішень на допомогу приходять сучасні інформаційні технології на основі консолідованої інформації. Враховуючи вимоги сучасності щодо стрімкого розвитку людського капіталу, здійснення консолідованого аналізу діяльності дошкільних навчальних закладів м. Вінниці потребує детального обґрунтування.

На підставі всебічного аналізу відкритих даних доцільно сформулювати критерії та механізм оцінювання діяльності спортивних закладів, підготувати високоякісних фахівців, аналізувати зв'язки між подіями у зазначеній сфері.

Основна частина

Для розробки консолідованого інформаційного ресурсу було обрано СУБД MySQL, оскільки вона буде найзручнішою вільною реляційною СУБД для створення інформаційної системи, яка працювала би з базою даних. До переваг MySQL відносяться простота у використанні, універсальність, висока швидкість виконання запитів, можливість безкоштовного використання та ефективна система безпеки.

Оскільки процес консолідації інформації щодо діяльності спортивних закладів міста Вінниці пов'язаний з опрацюванням великої кількості інформації, то доцільно буде використати базу даних.

Предметною областю дослідження виступають спортивні заклади міста Вінниці.

У Вінниці нараховується близько 76 закладів та секцій для заняття спортом. З них:

- 33 спортивні федерації;
- 23 спортивних комплекси та клуби;
- 2 льодових клуби;
- 17 дитячо-юнацьких спортивних шкіл;
- 1 школа вищої професійної майстерності

Консолідований інформаційний ресурс аналізу предметної області повинен у зручному вигляді відображати інформацію про перелік наявних спортивних закладів в м. Вінниці, про реєстрацію у

відповідний заклад, про склад та наповненість груп, про педагогів та їхню професійну активність тощо. Ці завдання у базі даних будуть реалізуються за допомогою звітів та форм.

Загалом, консолідація інформації являє собою технологічний ланцюжок таких видів діяльності: збирання документів (даних) - видобування даних - оцінка даних - інформаційний продукт. Об'єктом і базою консолідації є інформація про об'єкти зовнішнього світу, дані, знання, факти, висловлювання, текст, документ, первинні та вторинні джерела інформації, документальний потік: інформаційні ресурси наукової, практичної та інших видів діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Жежнич П. І. Консолідовані інформаційні ресурси баз даних та знань. – Львів, Вид. Львівської політехніки, 2010 р. – 212 с.
2. Кунанець Н. Е. Вступ до фаху «Консолідована інформація» / Н. Е. Кунанець, В. В. Пасічник. – Львів: Львівська політехніка, 2013. – 196 с. — ISBN 978-966-553-975-9

Андрій Вадимович Кудлик – студент групи УБ-14б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: andriy.kudlik123@gmail.com

Науковий керівник: **Шиян Анатолій Антонович** - кандидат фізико-математичних наук, доцент кафедри менеджменту та безпеки інформаційних систем, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Andrii Vadimovich Kudlyk - student of UB-14b group, faculty of management and information security, Vinnytsia national technical university, Vinnytsia, e-mail: andriy.kudlik123@gmail.com

Supervisor: **Shiyan Anatoliy Antonovich** - candidate of physical and mathematical Sciences, associate Professor of management and security of information systems, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia.

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглянуто проблеми розвитку та обґрунтовано умови ефективного функціонування системи безготівкових та безконтактних розрахунків та майбутніх перспектив у їхньому розвитку.

Ключові слова: безготівкові розрахунки, готівка, платіжна картка, банк, платіжна система.

Abstract

The article deals with the problems of development and substantiation of effective functioning of system and free payments and future development prospects.

Keywords: cashless payments, cash, paymentcard, bank, payment system.

Вступ

Безготівкові розрахунки мають важливе значення для розвитку національної економіки, зокрема, допомагають зменшити частку тіньової економіки та сприяють стійкості грошового обігу, також розвитку сучасних електронних технологій та зростанню рівня обізнаності населення як учасника банківської системи країни тощо. Значимість таких розрахунків полягає також у накопиченні грошей у банківській системі, які розкривають додаткові можливості для заохочення інвесторів, одержання прибутку, підвищення прозорості та надійності всієї національної фінансової системи.

Результати дослідження

Гроші, як такі, у фізичному вигляді, дедалі менше використовують у повсякденному житті. Безготівкові розрахунки у розвитку сучасного економічно розвинутого суспільства, займають одну з провідних ролей. Важливе їх значення як у розвитку національної економіки загалом, так зокрема і у питанні зменшення відсотку тіньової економіки. Стійкість грошового обігу також напряму залежить і від безготівкових та безконтактних розрахунків. Одна із провідних ролей у розвитку безконтактних технологій покладається і на фінансову обізнаність населення, сприйняття і розуміння ним сучасних банківських технологій.

Платежі за допомогою банківських карток, смарт-додатків та безпосереднього безконтактного розрахунку мають велику значущість у накопиченні коштів у банківських системах, що надають користувачам нові можливості для одержання прибутку, підвищують рівень прозорості та надійності фінансової системи загалом

Провідним трендом у розвитку сучасної економіки розвинених країн є розвиток та сприйняття користувачами новітніх інструментів фінансових розрахунків. Безумовно, безготівкові розрахунки, які стали на заміну застарілій вже готівковій оплаті, є більш ефективними та продуктивнішими, також вони володіють набагато більшим ступенем захисту. Такі провідні країни як Швеція, Сполучені Штати Америки, Японія, Китай, зменшують кількість обігу готівки у повсякденному житті населення. Вони активно стимулюють розвиток інфраструктури безконтактної оплати, використання інтернет-гаманців та інтернет-оплати.

Значні переваги є як і для розвитку онлайн-бізнесу, наприклад, обсяг онлайн-продажів значно зріс у 2017 р. станом на сьогодні складає 2,3 трлн доларів.

Згідно зібраних даних, станом на липень 2018, населення України володіє 28% грошової маси країни (див. рис 3.1).

Якщо порівнювати з іншими країнами, то у сусідній Польщі частка готівки в півтора рази нижче – 19%, а в Данії вона становить всього 4%. Такі результати є цілеспрямованою політикою держав, що прагнуть розвитку та фінансової стабільності.

Наприклад, в тій же Данії підприємствам роздрібною торгівлі заборонено приймати готівку при розрахунку, тоді як картою можна розраховуватися навіть у церкві. У Швеції паркінг і громадський транспорт оплачується тільки безготівково. Більш того, шведський уряд навіть веде цілеспрямовану інформаційну кампанію проти кешу.

У світі лідерами за безготівковими операціями є Швеція і Франція, в Канаді 57% всіх транзакцій – безготівкові. Якщо брати до прикладу Швецію, то згідно з даними центрального швейцарського банку, використання грошових знаків у країні значним чином скоротилося за останні кілька років: з 2009 до 2014-го загальна сума банківських білетів, які перебували в обігу, зменшилася з 11,3 мільярда до 8,5 мільярда євро.

Українці, у свою чергу, за підсумками 2017 року здійснили понад 3 млрд операцій за допомогою розрахункових карток на суму в 2,1 трлн гривень: це оплата в інтернеті, і розрахунки в торговельних мережах, і перекази з карти на карту. Обсяги безготівкових розрахунків у Україні збільшилися до 40% від загальної кількості всіх платежів. З 2013 року цей показник виріс більше ніж утричі. 40% всіх покупок в Україні вже здійснюється без паперових грошей.

Втім, безконтактні платежі все ще набирають свою популярність у українців, за останній рік в Україні кількість безконтактних оплат за допомогою смартфона з Mastercard зросла у 68 разів, включаючи оплати через мобільні гаманці українських банків та глобальні сервіси Google Pay, Apple Pay та Garmin Pay. Це свідчить про те, що популярність оплат смартфонами та іншими гаджетами стрімко зростає.

За даними Mastercard, кількість підключених пристроїв в Україні щомісяця зростає на 25%. У Канаді і Японії четверта частина всіх карток – безконтактні, у Франції – 39%, а в Китаї взагалі більш ніж половина.

Інноваційні безконтактні технології, дозволяють здійснювати покупки в один дотик, не випускаючи карту з рук. Достатньо піднести карту до зчитувального пристрою і покупка буде сплачена. Завдяки технології NFC, оплата безконтактними картами відбувається набагато швидше. При здійсненні покупок, карту з безконтактною технологією оплати, не потрібно давати касиру. Вона завжди в ваших руках, і ви повністю контролюєте процес оплати. В Україні поширені карти типу Visa payWave і MasterCard PayPass. Наприклад, за допомогою PayPass кияни можуть оплачувати проїзд в метро.

І хоча частка користувачів безконтактних карт у нас невелика, зате з 271 тис. терміналів 71% пристосовані для безконтактних операцій. В одному тільки Києві терміналів за кількістю як у всій Польщі (станом на 2015 р.).

Згідно прогнозам американської компанії Juniper Research, що спеціалізується на розробці швидкісних рішень по обробці потокових даних, до 2020 р. 15% всіх платежів у торгових мережах будуть безконтактними та досягнуть позначки в 2 трлн доларів. Безконтактні платежі включають в себе як розрахунки за безконтактними картками з технологіями типу PayPass або PayWave, так і мобільні гаманці.

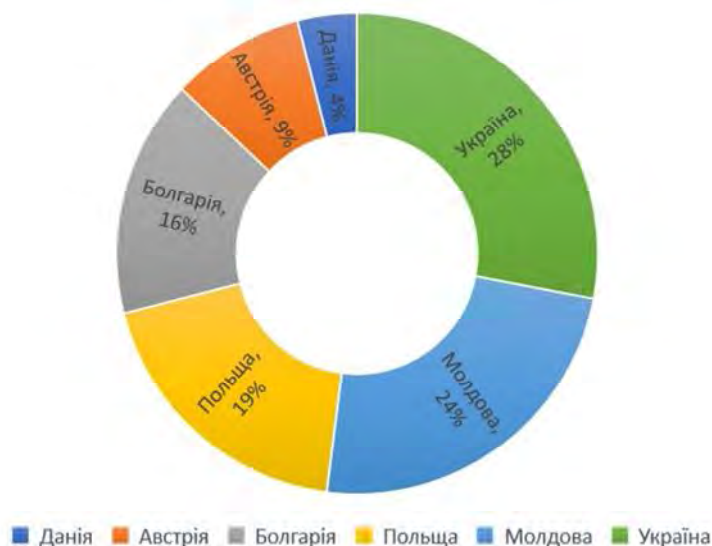


Рис. 1. Частка готівки в грошовій масі, липень 2018 р.

Мобільні технології прискорюють перехід економіки на безготівкову. Кількість користувачів мобільних гаманців у світі, згідно з дослідженнями Juniper, виросте з 1,6 млрд у 2017-му до 2,1 млрд вже в 2019 році.

Беззаперечним лідером і прикладом успішного розвитку мобільних платежів є Китай. У 2017-му році там було проведено мобільних транзакцій на суму в 15,4 трлн доларів.

До слова, в США цей показник в 40 разів нижче. Могутні корпорації Alibaba і Tencent, маючи власні мобільні платіжні системи, володіють більш ніж 90% китайського ринку.

Ще одним показовим кейсом є Кенія з її M-Pesa. Це по суті платформа для мобільних платежів і переказів, яка працює на базі мобільного оператора. У 2012-му в Кенії були зареєстровані 17 млн користувачів сервісом.

До 2017-го лише 3 українські банки – «ПриватБанк», «Альфа-Банк» та «Укрексімбанк» – мали віртуальні гаманці, придатні для мобільних платежів. А з приходом в Україну сервісів Apple і GooglePay популярність мобільних платежів значно зростає. Але не тільки великі компанії та банки впливають на український ринок безконтактних платежів. Наприклад, за перше півріччя 2018-го через український мобільний гаманець WalletFactory було проведено 800 тис. транзакцій.

Безконтактні платежі набирають популярність в різних куточках світу. Кількість POS-терміналів з підтримкою технології NFC, випущених в цьому році, сягне 16 мільйонів. Три з п'яти POS-терміналів підтримують безконтактні платежі.

Компанія Berg Insight також відзначає зростання терміналів з підтримкою NFC, які активно використовуються вже сьогодні. Станом на середину року, близько 15 мільйонів таких пристроїв приймали безконтактні платежі Visa, Mastercard або UnionPay.

Одним з ключових чинників стрімкого зростання ринку, як відзначають експерти, є збільшення кількості mPOS-терміналів.

Висновки

Подальший розвиток безготівкових розрахунків та безконтактних оплат, безумовно повинен заручитися підтримкою користувачів, що готові до використання сучасних розвинених технологій в сфері безготівкових розрахунків, зокрема, на платформах мобільних технологій нових поколінь оскільки попит на послуги мобільного зв'язку постійно зростає.

Отже, завдяки безготівковим платежам можна спостерігати стрімкий розвиток економіки загалом. Станом на сьогодні, найбільш готовими до сприйняття сучасних технологій є країни, що стрімко розвиваються в усіх аспектах. Однак безконтактні платіжні карти є найпоширенішими серед клієнтів країн Азійсько-Тихоокеанського регіону – на них припадає майже 55% світових безконтактних транзакцій. Україна все ж поступово примає сторону сучасних економічних змін та згодом зможе позмагатися у розвитку з провідними країнами світу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Єлезаров О.П. Особливості здійснення безготівкових розрахунків за чинним законодавством України / О.П. Єлезаров // Держава та регіони. - 2013. [Електронний ресурс]. статистичний портал Статіста. Режим доступу: www.statista.com;
2. JuniperResearch [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.juniperresearch.com/home>
3. Савенко С. Шляхи збільшення обсягу безготівкових розрахунків в Україні [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://news.finance.ua/ua/news/-/389208/era-bezgotivky-chy-v-trendi-ukrayina>.

Майборода Тетяна Валеріївна – студентка групи Мов-15б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, fm.3mo15.mayboroda@gmail.com.

Науковий керівник: Нікіфорова Лілія Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент, Вінницький національний технічний університет, Вінниця. nikiforova@vntu.edu.ua

Mayboroda Tetiana Valeryevna - student of the MOv-15b group, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Scientific supervisor: Nikiforova Liliya Oleksandrivna - Ph.D. (Econ.), Associate Professor, Associate Professor of Business Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Бізнес-гра, як один із інноваційних способів виховати сучасного підприємця

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті на теоретичному рівні обґрунтовано ідею бізнес гри, як одного із інноваційних способів виховати сучасного підприємця.

Ключові слова: бізнес гра, підприємець, монополія .

Abstract

The article on the theoretical level substantiates the idea of a business game as one of the innovative ways to educate a modern entrepreneur.

Keywords: *business game, entrepreneur, monopoly*

Вступ

Підприємець - це людина яка реалізує свою працю шляхом самостійної, на власний ризик діяльності з метою отримання прибутку. І найкращий метод який допоможуть виховати підприємця - це бізнес ігри. Така бізнес гра як «Монополія» виховує в нас справжніх підприємців. Вона дозволяє нам розвинути вміння планувати, виховати лідерські якості, навчити розробляти стратегію дії.

Уміння рахувати, оперувати великими числами допоможе не тільки в майбутньому веденні бізнесу, а й в школі, на уроках математики. Важливим фактором в підприємницькій діяльності є спілкування з людьми. Саме бізнес ігри можуть навчити нас домовлятися, йти на компроміси, вести переговори. Не менш важливим є така риса як далекоглядність. В ході гри ми можемо навчитися передбачати ситуацію.

Ми вчимося передбачати дії партнерів, що є важливим в підприємстві . Граючи ми стаємо рішучими в своєму ході, що є важливою рисою підприємця. Адже без рішучості неможливо створити успішний бізнес.

Саме граючи кожна людина хоче дійти до фінішу переможцем. Так само і в бізнесі, тому людина граючи стає цілеспрямована. Ця риса допоможе подолати проблеми які з'являються перед підприємцем. І досягнути неймовірних успіхів в підприємницькій діяльності.

Результати дослідження

Монополія – популярна настільна гра економічного характеру.

У світі існує понад сто різновидів гри і це, не рахуючи неліцензійних стратегій, яких набагато більше. На полиці магазину можна знайти колекційні видання, присвячені певній події або датою, дорожні карти, регіональні і версії для дітей. Всі вони зберігають єдиний принцип і правила, але відрізняються особливим оформленням. Визначитися з вибором допоможе рейтинг найпопулярніших стратегій.

Чарльз Дерроу побачив як його сусіди грають у гру, метою якої було заробляти гроші продажем будинків та готелів.

Відповідно до Hasbro, з моменту як Чарльз Дерроу запатентував гру 1935, близько 750 мільйонів людей зіграли в цю гру, що зробило її найпопулярнішою комерційною настільною грою у світі. Книга рекордів Гінесса від 1999 року має запис щодо попередньої статистики Hasbro про 500 мільйонів людей які грали в Монополію. Журнал «Ігри» (англ. Games Magazine) посвятив гру Монополію в члени своєї Зали Слави.

Гравці змагаються за надбання економічних переваг визначеною правилами гри економічної активності, включаючи купівлю, оренду та торгівлю власністю з використанням «забавкових» грошей. Гравці здійснюють ходи по черзі, кидаючи гральні кістки. Мета гри — довести до банкрутства всіх інших гравців.

Всесвітньо відома настільна гра випускається сьогодні на 27 мовах і продається в 81 країні світу. Чисельність гравців «Монополії» з 1934 року перевищила півмільярда, і купили вони більш 200 мільйонів комплектів гри. Своєрідний будівельний рекорд «Монополії» - на її ігрових полях було зведено п'ять з гаком мільярдів мініатюрних зелених будиночків.

За час існування «Монополії» було створено чимало ексклюзивних екземплярів гри. Найдорожчий з них - комплект від компанії «Alfred Dunhill», виконаний з дорогоцінних металів, вартістю 25 тис. дол. А ось колекційна гра від Франкліна Мінта з золотими і срібними фішками виявилася набагато доступніше - всього 550 дол.

Найсмачнішу «Монополію» виготовив Нейман Маркус в 1978 році - шоколадна гра в натуральний розмір коштувала 600 дол. Історія замовчує про те, скільки партій встигли зіграти до того, як вона була з'їдена.

Для любителів підводного плавання і «Монополії» компанія Parker Brothers випустила в 1964 році спеціальний комплект гри - 95-фунтових металеве поле, затягнуте в целофан.

Найбільшою можна вважати «Монополію», створену учнями Juniata College in Huntington з власного студентського містечка: його квартали перетворилися в клітини гри, гравці кидали величезні кубики з поролону, а фішки переміщалися велосипедистами, озброєними раціями. Напевно, можна було б організувати і більш масштабну гру - прямо на вулицях Атлантик Сіті, адже саме вони представлені в класичній версії гри.

А ось сама мініатюрна «Монополія» вмістилася б на долоньці дитини - площа ігрового поля всього один квадратний дюйм. Причому це діючий екземпляр: напевно, гравці користувалися мікроскопом і пінцетами в процесі гри, яка тривала близько 30 годин. Однак тривалість партії аж ніяк не була наслідком виключно малих розмірів. Історії відомі і набагато більш тривалі ігри, рекорд - 70 днів.

Звичайно, переважна більшість любителів «Монополії» грають в неї вдома за столом, але є гравці, які віддають перевагу «підперчити» азарт екстримом. Так члени клубу підводного плавання міста Буффало зіграли 45-денну партію під водою. В цілому в цій грі взяло участь 350 плавців.

Також під водою, але більш традиційним способом грали в «Монополію» американські моряки-підводники. Гра допомогла їм коротати години і дні тривалих занурень.

Де тільки не грали в «Монополію» ентузіасти-екстремали: на дереві, на ескалаторі і навіть в невагомості. Ось вже де щасливий переможець землі під собою не відчував!

Висновки

Отже,можу з впевненістю сказати,що бізнес ігри навчають молодих підприємців багатьом корисним речам. Саме такі ігри ефективно і швидко розвиваються майбутніх підприємців. Проводьте час разом та розвивайте свої здібності!

Література

1. http://monopoliya08.blogspot.com/2008/08/blog-post_6946.html
2. http://moneypoly.ru/monopoly/interesting_facts.htm

Петлінська Каріна Вікторівна – студентка групи МОв-15б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, karyna1998118@gmail.com.

Науковий керівник: **Адлер Оксана Олександрівна** – кандидат технічних наук, доцент, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Petlinskaya Karina Victorivna - student of the group MOv-15b, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, karyna1998118@gmail.com.

Scientificsupervisor: **Adler Oksana Oleksandrivna** - candidateoftechnicalsciences, associateprofessor, VinnytsiaNationalTechnicalUniversity, Vinnytsia.

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено сучасний стан ринку промисловості в Україні. Проаналізовано фактори, які впливають на розвиток сучасного стану впровадження інноваційних технологій на території України, а також стадій впровадження інноваційних технологій у виробництво.

Ключові слова: інноваційні технології, економічне обґрунтування, конкурентоспроможність.

Abstract

The present state of the industrial market in Ukraine is investigated. The factors influencing the development of the current state of introduction of innovative technologies on the territory of Ukraine are analyzed, as well as stages of introduction of innovative technologies into production.

Key words: innovation technologies, economic justification, competitiveness.

Вступ

Сучасна промисловість України багато в чому є відсталою від найбільш розвинених країн, неконкурентоспроможною на світовому ринку. Це пояснюється, перш за все, низьким рівнем техніки і слабким впровадженням інновацій. Тим часом для багатьох підприємств впровадження інноваційних технологій є переходом на якісно новий рівень розвитку і часто стає визначальним фактором економічного зростання. Але залишається гострою проблема фінансування інноваційної діяльності в промисловості, так багато підприємств можуть застосовувати останні досягнення науки і техніки через відсутність чіткої стратегії впровадження нових інноваційних та наукоємних технологій. Основною проблемою при цьому є відсутність поетапного інвестування інноваційного проекту. Таким чином, актуальність теми зумовлена необхідністю економічного обґрунтування доцільності впровадження тих чи інших інновацій з позиції їх впливу на результати роботи підприємства.

Метою роботи є розгляд сучасного стану впровадження інноваційних технологій на території України, а також стадій впровадження інноваційних технологій у виробництво.

Змістом інноваційної діяльності в економічній сфері є створення та поширення нововведень в матеріальному виробництві. Вона являє собою ланка між науковою і виробничою сферою, в результаті взаємозв'язку, яких реалізуються техніко-економічні потреби суспільства.

Конкуренція на внутрішньому і зовнішньому ринках є основним стимулом для впровадження інновацій на промислових підприємствах. Інновації можна поділити на дві групи - інноваційні процеси та інноваційні продукти. До першої групи належать ті галузі промисловості, в яких основну роль відіграють інноваційні технології, що забезпечують зниження виробничих витрат. Інновації такого типу характерні для чорної і кольорової металургії, хімічної, нафтохімічної та харчової промисловості. Підприємства цієї групи впроваджують нові засоби механізації та автоматизації виробничих процесів для зниження матеріальних витрат і підвищення продуктивності.

Інша група включає в себе продуктові інновації в тих галузях промисловості, де важливо підвищення якості та розширення асортименту продукції, усунення залежності від імпортової сировини і матеріалів - машинобудівна, легка і медична промисловість. Активність інновацій другої групи не настільки висока, як у першій, через тривалості розробки і випуску нової продукції, що призводить до збільшення терміну окупності витрат і орієнтації на перспективу.

Провівши таку диференціацію по групах, можна зробити висновок, що підприємства західних областей України схильні проявляти інноваційну активність в сфері продуктових інновацій, а східні та центральні області - інновації переважно в процеси металургійної галузі промисловості.

Для поліпшення економічних показників діяльності малих підприємств, що складають основну рушійну силу економіки, необхідно вжити ряд заходів [1]:

1. Забезпечити законодавчо підтримку державних і приватних інвестицій в малі та середні підприємства, що займаються прикладними науковими розробками і здійснюють інноваційну діяльність, особливо в області інформаційно-комунікаційних технологій та інших перспективних

галузях, в тому числі і за допомогою фінансування наукових досліджень та інноваційних ідей на основі конкурсного відбору кращих проектів

2. Розробити регіональні та галузеві програми розвитку як складові Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва, що відповідають пріоритетам державної економічної політики і відповідні регіональним інтересам.

3. Поглиблювати інноваційну спрямованість економічної політики через державну підтримку бізнес-інкубаторів та інноваційних центрів як носіїв передової технології для підтримки малого бізнесу та інновацій, через сприяння обміну знаннями та співробітництва між виробниками і науковими проектно-технологічними організаціями.

4. Збільшити науково-методичне забезпечення розвитку малого підприємництва та здійснювати комплексні наукові дослідження економічних проблем сучасності.

5. Підвищити витрати на наукову діяльність та освіту, в тому числі на навчальні програми для підприємців та винахідників в рамках процесу обміну знаннями та досвідом.

Особливу увагу слід звернути на те, що Україна має значний науково-технічний потенціал. Тому не можна допустити, щоб стан економіки і недостатня або неякісна нормативна база зупинили подальший його розвиток [2].

У сучасному світі провідні держави вже вийшли на рівень постіндустріальної економіки, а Україна все ще бореться з кризою економіки індустріального типу. Тому нашій країні треба шукати свій шлях розвитку у напрямку до моделі економіки держав-лідерів. І таким шляхом, на мій погляд, є інноваційний.

Інновації - це якесь нововведення в галузі техніки, технології, організації праці або управління, засноване на використанні досягнень науки і передового досвіду. Кінцевим результатом інноваційної діяльності є реалізація нового або вдосконаленого продукту, реалізованого на ринку, або нового (удосконаленого) технологічного процесу, використовуваного в практичній діяльності. Інновації фактично є одним з небагатьох напрямків економіки, яке при мінімальних в нього вкладеннях дає величезний ефект: підвищується престиж країни в світі, йдуть відрахування від реалізованих проектів (в тому числі до бюджету), не відбувається витоку «мізків» за кордон.

Найлегше побачити, що дають інновації, можна на прикладі технопарків. Закон України визначає технопарк як юридична особа або їх об'єднання, головною метою яких є діяльність по виконанню інвестиційних та інноваційних проектів, виробничого впровадження наукоємних розробок, високих технологій та конкурентоспроможної на світових ринках продукції [3].

Крім економічної підтримки інноваційної діяльності, британський уряд на всіх рівнях влади розробляє і здійснює різні програми по створенню мереж для обміну знаннями, проведення навчання та тренінгів для підприємців, утворення кластерів (що включають підприємства самих різних галузей) для співпраці з метою зниження витрат і ризиків, створення інжинірингових центрів, бізнес-інкубаторів і парків на базі університетів і наукових інститутів, відкриття центрів підвищення навичок і майстерності [4]. Також в кожному регіоні Великобританії створюється Науково-промисловий рада, який повинен стежити за тим, щоб пріоритети державної економічної політики відповідали інтересам конкретного регіону, контролювати виконання регіональної економічної стратегії і т.п.

У кожному з досліджених регіонів України частка підприємств, які у своїй діяльності використовували кілька видів інновацій (технологія, техніка, продукція) вище ніж частка підприємств, які використовували тільки один з видів інновації. Реалізують інноваційні продукти і послуги переважно на місцевому (регіональному) ринку, це пов'язано із законодавчою і економічною діяльністю країни. Основний напрямок інноваційної діяльності полягає в придбанні машин, обладнання та програмного забезпечення, що дозволяє випускати більш конкурентоспроможну продукцію або послуги. Досить велика частка підприємств проводила навчання персоналу і підготовку до впровадження вдосконалених продуктів і процесів.

Висновки

Незважаючи на труднощі, інноваційна сфера України зберігає життєздатність і тенденції до розвитку. Цьому сприяють як ринкові, так і демонстративні важелі. Однак роль держави в цьому процесі повинна бути більш значною.

Внаслідок чого, можна зробити висновок, що результат розвитку інноваційної діяльності в Україні недостатньо високий і ступінь його впровадження на підприємствах незначна. Тому для підприємств необхідно провести аналіз показників їх діяльності, виявити ті сфери діяльності, які мають найгірші показники і покращувати їх, а також удосконалювати свою виробничу сферу шляхом

впровадження нових технологій виробництва. Уряд в свою чергу повинно регулярно вносити поправки в Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності» і стимулювати розвиток інноваційної діяльності на підприємствах усіх форм власності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Основи інноваційного менеджменту: Теорія і практика. / Под ред .. П.М. Завліна и др М .: ВАТ "НВО" Видавництво "Економіка", 2010 - 475 с.
2. Інноваційний менеджмент: Підручник для вузів / С.Д.Ільєнкова, Л.М.Гохберг, С.Ю.Ягудін и ін .; Під ред. С.Д.Ільєнкової. - М .: Банки и біржі, ЮНІТІ, 2007. – 340 с
3. Фатхутдінов Р.А. Інноваційний менеджмент: Підручник для вузів. - М .: Бізнес-школа «Інтел-синтез», 1998. – 180 с
4. .Управління організацією: Підручник / Черінь ред. А.Г.Поршнева, З.П.Румянцевой, Н.А.Соломатіна. - М .: Інфа-м, 2008.
5. Медінській В.Г., Шаршукова Л.Г. Інноваційне підприємництво: Навчальний посібник. - М .: Инфра-м, 2013.
6. Друкер П. Інновації и підприємництво. - М., 2016. – 270 с.

Олена Олександрівна Плешко - студентка групи ІЯП-18м Факультету комп'ютерних систем та автоматики Вінницького національного технічного університету, Вінниця.

Науковий керівник: **Нікіфорова Лілія Олександрівна** - к.е.н., доцент каф. ЕПВМ, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця. nikiforova@vntu.edu.ua

Pleshko Olena - student of the Faculty of computer systems and automation, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.

Supervisor: **Nikiforova Liliya Oleksandrivna** – Ph.D. (Econ.), Associate Professor, Associate Professor of Business Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsa.

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПОКРАЩЕННЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті проаналізовано ефективність використання ресурсів в сільському господарстві України й наведено основні напрямки для покращення ефективності їх використання.

Ключові слова: ресурси, Україна, сільське господарство.

Abstract

The article analyzes the efficiency of the use of resources in agriculture in Ukraine and provides the main directions for improving the efficiency of the use of resources.

Keywords: resources, Ukraine, agriculture.

Вступ

Сільське господарство – одна із провідних галузей виробничої сфери, яка займається вирощування сільськогосподарських культур і розведенням тварин. Основним завданням сільського господарства є забезпечення населення продуктами харчування та постачання сировини для промисловості. Основним ресурсом сільськогосподарського виробництва є сільськогосподарські угіддя, до складу яких входять: рілля, перелоги, багаторічні насадження, сіножаті і пасовища. [1].

Однією з основних проблем в діяльності сільських господарств є те, що вони не ефективно використовують свої ресурси. Це може бути і виснаження ґрунтів, отруєння їх хімікатами й інші проблеми, які погіршують родючість земель. Проте оскільки ця проблема стала критично важливою то було розроблено заходи для ефективного використання ресурсів, щоб можна було їх якомога довше експлуатувати. А так як Україна в основі своєї діяльності є аграрною країною то це доволі важлива сфера досліджень в нашій країні.

Метою роботи є виокремлення основних напрямів ефективного використання ресурсів у сільськогосподарській галузі.

Дослідженням проблем і перспектив ефективного використання ресурсів сільськогосподарського призначення займалися і займаються багато науковців, як іноземних так і наших співвітчизників. Це були такі вчені як Вілсон Б., Вінтерс П., Б. Данилишин, Д. Добряк, С. Кваша, В. Месель-Веселяк, та багато інших вчених.

Сільське господарство слугує для задоволення потреб населення в продуктах харчування, галузей легкої промисловості в сировині й це вимагає збільшення виробництва сільськогосподарської продукції на основі раціонального та ефективного використання основного сільськогосподарського ресурсу, а саме землі. Практика господарювання в ринкових умовах підтверджує ту незаперечну істину, що результативність та ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств передусім залежить від ефективного використання земельних ресурсів.

Ефективність використання цих ресурсів найкраще можна виявити дослідивши за допомогою економічних показників. Найбільш доцільно у дослідженні ефективності використання землі застосовувати економічний показник врожайності основних посівних культур. Для кращого розуміння ситуації на рисунку 1 порівняємо показники врожайності основних посівних культур в Україні за 2017 і 2018 роки [2].

Культура	2018 рік				2017 рік			
	Посівна площа*, тис. га	Зби-ральна площа, тис. га	Врожай-ність, ц/га	Валовий збір, тис. тонн*	Зби-ральна площа, тис. га	Врожай-ність, ц/га	Валовий збір, тис. тонн*	Зміна 2018/2017, +/- %
Зернові	14 855	14 722	47,1	69 378	14 469	42,3	61 214	13,34%
пшениця:	6 617	6 593	38,1	25 130	6 355	41,1	26 120	-3,79%
озима	6 420	6 400	38,2	24 448	6 156	41,2	25 361	-3,60%
яра	197	193	35,3	682	200	38,0	760	-10,28%
ячмінь:	2 500	2 475	30,3	7 502	2 500	33,1	8 276	-9,36%
озимий	880	871	35,3	3 075	884	34,4	3 041	1,12%
ярий	1 620	1 604	27,6	4 426	1 616	32,4	5 235	-15,45%
жито	150	147	26,6	391	171	29,7	506	-22,78%
Кукурудза/зерно	4 700	4 630	74,5	34 490	4 429	54,4	24 096	43,14%
овес	198	196	23,1	452	198	23,9	472	-4,29%
просо	53	52	15,4	80	56	15,0	84	-4,97%
гречка	110	108	12,6	136	185	9,8	181	-25,00%
горох	435	431	18,6	801	413	26,5	1 096	-26,88%
рис	12	12	60,0	71	13	50,5	64	10,02%
інші	87	85	15,0	128	84	16,0	134	-4,84%
Олійні:	9 415	9 298	23,2	21 592	8 895	20,6	18 318	17,88%
соняшник	6 500	6 435	22,4	14 414	6 047	20,1	12 155	18,59%
соя	1 750	1 715	25,5	4 373	1 976	19,7	3 893	12,33%
ріпак:	1 050	1 033	26,1	2 700	786	27,9	2 193	23,10%
озимий	1 010	995	26,4	2 626	739	28,3	2 091	25,56%
ярий	40	39	19,0	74	47	21,8	102	-27,43%
гірчиця	50	49	8,0	39	40	7,9	31	24,34%
Цукровий буряк	285	279	489,7	13 677	311	465,5	14 491	-5,62%

Рисунок 1 - Врожайності основних посівних культур в Україні за 2017 і 2018 роки

Як можна побачити на рисунку в загальному показники врожайності як зернових так і олійних культур зросли у 2018 році в порівнянні з 2017. Проте якщо звернути детальніше свою увагу на ці показники то фактично покращення врожайності спостерігається в сфері олійних рослинних культур, а всю позитивну різницю для зернових робить врожайність кукурудзи. Тому дивлячись на ці дані можна зробити висновок, що в Україні використання земельних ресурсів є умовно ефективним. Адже економічні показники показують що ефективність вирощування рослинних культур зростає. Проте зростає вона передусім у рослин з олійних культур і в кукурудзи – рослин, які сильно виснажують ґрунти. А врожайність майже всіх інших зернових культур, які в основному використовуються у харчуванні погіршується саме через виснаженість ґрунтів.

Оскільки через постійне збільшення населення в світі потреби в сільськогосподарській продукції постійно зростають то для збільшення її кількості вчені з всього світу почали розробляти ряд заходів для покращення ефективності використання земельних ресурсів.

Потенціал виробництва сільськогосподарської продукції може бути реалізований лише через родючість ґрунтів. В розвинених країнах близько половини приросту врожаю одержують завдяки застосуванню мінеральних добрив. Практика світового сільськогосподарського виробництва свідчить, що добрива забезпечують підвищення врожайності на 41%, гербіциди – на 13-20%, сівозмінна і обробіток ґрунту – на 11-18%, клімат – на 15%, гібридне насіння – на 8%, гідротехнічні меліорації – на 5%. Для належної оцінки стану ґрунтів і планування та здійснення заходів із запобігання деградації та регулювання ґрунтових процесів необхідна служба моніторингу на підприємствах. [3]. Це і є перший крок до покращення родючості земель.

Для України заходами для покращення ефективності будуть заходи по усуненні заходів, які цю ж ефективність і погіршують.

Першою проблемою є слабкість фінансово-економічного становища сільськогосподарських підприємств, що унеможливує удосконалення технологічних операцій вирощування сільгоспкультур, оновлення матеріально-технічної бази, впровадження у виробництво інновацій. [4]. Це пояснюється тим, що багато підприємств є невеликими маючи в своєму розпорядженні близько 100 гектарів землі. І оновлювати свою технічну базу чи способи обробки землі їм фінансово неможливо. Тому якщо ми хочем збільшити ефективність земельних ресурсів на законодавчому рівні потрібно змінити правила ведення сільського господарства. Найпростішим рішенням буде зобов'язуватись малі підприємства об'єднуватись для створення більшої матеріальної та сировинної бази за рахунок чого в цих підприємств мають з'явитись фінанси для ведення в діяльність нових технологій виробництва, що покращують ефективність праці.

Наступною проблемою є загальна низька культура землеробства та відсутність зацікавленості

сільгоспвиробників у впровадженні нових технологій обробітку ґрунту. [4]. Ця проблема є супутньою з першою, адже крім того, що підприємства крім того, що деякі підприємства не мають за що покращувати свій процес виробництва, ще і не хочуть цього робити. Працюючи за методом хай працює доки працює. Підприємства не вкладають гроші в якісь вдосконалення чим погіршують родючість ґрунтів, отримуючи прибуток завдяки тим інноваціям, які вводились у виробництво ще за часів СРСР. Цю проблему потрібно вирішувати на законодавчому рівні, наприклад змусивши підприємців витратити як мінімум 10% доходу на покращення виробництва.

Ще однією проблемою є порушення оптимальної структури посівних площ сільгоспкультур, що призводить до виснаження ґрунтового покриву через посів високорентабельних для виробництва окремих сільськогосподарських культур (передусім це стосується насіння соняшнику), які сильно виснажують ґрунт зменшуючи його родючість. [4]. Вирішенням цієї проблеми є впровадження служб моніторингу, які будуть контролювати сівозміну, щоб не виснажувати ресурси по максимуму, а контролювати виснаження ґрунтів.

Висновки

Отже, враховуючи показники врожайності зернових і олійних культур рослин можна зробити висновок, що в Україні умовно ефективно використовують основний ресурс сільського господарства – землю.

Проте щоб покращити ефективність її використання в першу чергу потрібно позбутись тих проблем, які погіршують цю ефективність зокрема: загальну низьку культуру землеробства та відсутність зацікавленості сільгоспвиробників у впровадженні нових технологій обробітку ґрунту, слабкість фінансово-економічного становища сільськогосподарських підприємств, що унеможливорює удосконалення технологічних операцій вирощування сільгоспкультур, оновлення матеріально-технічної бази, впровадження у виробництво інновацій і порушення оптимальної структури посівних площ сільгоспкультур. Вирішенням цих проблем потрібно зайнятись не лише на законодавчому рівні, а також і за допомогою впровадження моніторингу на самих підприємствах. Тому, якщо подолати ці проблеми то використання ресурсів зміниться з умовно ефективного на ефективне.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1) Освітній портал «Академія»: Режим доступу: <http://zno.academia.in.ua/mod/book/view.php?>
- 2) Аграрний портал «AgroPortal»: Режим доступу: [http://agroportal.ua/ua/](http://agroportal.ua/ua;);
- 3) Осипчук С.О. Сучасний стан сільськогосподарських угідь України та заходи його поліпшення / С.О. Осипчук, Й.М. Дорош [Електронний ресурс]. – Режим доступу : 77.121.11.22/ecolib/6/33.doc.
- 4) Мазнев Г.Є. Геоінформаційні технології в аграрному виробництві / Г.Є. Мазнев // Економіка АПК. – 2016. – № 4. – С. 133

Лошак Михайло Володимирович – студент групи Мов-15б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, fm.3mo15.loshak@gmail.com.

Науковий керівник: **Адлер Оксана Олександрівна** – канд. техн. наук., доцент кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Loshak Mykhailo Volodymyrovych - student of the MOB-15b group, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, fm.3mo15.loshak@gmail.com.

Scientific supervisor: **Adler Oksana Oleksandrivna** - candidate of technical sciences, associate professor, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Маркетинговий механізм. Що потрібно знати?

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті проаналізовано маркетинговий механізм, розглянуто основні прийоми та маркетингові інструменти, які є найпоширеніші та перевірені часом.

Ключові слова: маркетинг, маркетинговий механізм, маркетингові інструменти.

Abstract

A marketing mechanism is analysed in the article, basicreceptions and marketing instruments that is most widespread and tested sometimes are considered.

Keywords: marketing, marketing mechanism, marketing instruments.

Вступ

Сучасний маркетинг – це складне соціальне явище. Маркетингове мислення все більше поширюється і проникає у всі сфери діяльності сучасного підприємства. Маркетингу притаманні систематичні, цілеспрямовані, творчі підходи. Він стимулює і відновлює попит на продукцію, допомагає споживачам у виборі товарів і послуг шляхом надання їм відповідної інформації, оптимізує товарний асортимент і ресурси підприємства, забезпечує ефективність виробничого господарської діяльності компанії. [1].

Вперше маркетинг з'явився в розвинених країнах. Спочатку його використовували у великих компаніях, які виготовляють товари широкого вжитку і виробничого призначення. Потім його поширили на сферу послуг, некомерційні структури, державні організації та установи. Сьогодні маркетинг використовують в усіх організаціях, що беруть участь у конкурентній боротьбі за доброзичливе ставлення та гроші споживачів, які можуть вільно обирати те, що їм необхідно. Маркетологи мають знати, що відчуває покупець після того, як придбав товар, що можна зробити для того, щоб він був повністю задоволений не лише продукцією, але й компанією в цілому.

Метою роботи є виявлення основних прийомів та найбільш дієвих інструментів впливу на споживачів в сучасних умовах.

Дослідники

Ці питання висвітлені в працях таких вчених А. Маслоу, З. Фрейд, Ф. Герцберг, яким належить розробка основних концепцій мотивацій людини. Вплив на поведінку покупців висвітлені у ряді праць зарубіжних і вітчизняних науковців: Котлера Ф., Ламбена Ж., Сондерса Дж., Райса С., Траута Дж., Девіса С., Джоббера Д., Брусенко О.А., Зозульова О.В., Голубкова Є.П., Ільїна В.І., Писаренко Н.Л., Прокопенко О.В., Троян М.Ю., Іванової Р.Х.

Результати дослідження

В першу чергу необхідно розбиратися і вдало застосовувати на практиці соціальну психологію, яка є інструментом сучасного маркетолога. Основним в практичній психології є людські потреби. В середині ХХ ст.. американський психолог, Абрам Маслоу, ввів діаграму потреб, побудованих в певному ієрархічному порядку. Вона визначається і в маркетингу для загального розуміння мотивації людей, різноманіття потреб і їх складних внутрішніх зв'язків. Маркетингові маніпуляції дозволяють не тільки впливати на поведінку споживача, деякі з них здатні змусити людину купити те, що він не збирався. Маркетологи вже давно навчилися впливати на думку споживачів, і не дивлячись на те, що багато застосовуваних прийомів відомі самим споживачам, вони як і раніше продовжують працювати.

Розглянемо кілька основних прийомів:

1. Різниця в цінах (сприйняття споживачів так влаштовано, що якщо ми бачимо якусь акцію, тобто можемо купити одну і ту ж річ, але за нижчою ціною – нам здається, що ми отримаємо вигоду в якійсь мірі, і що вартість речі, навіть якщо вона б нам здалася спочатку високою – все ж виправдана і доступна. За допомогою легких трюків продавці можуть управляти свідомістю споживача, направляючи його до потрібного товару.)
2. Боязнь крайнощів (більшість людей шукають так звану «золоту середину», а не впадають в крайнощі. Таким чином, покупці не хочуть відчувати себе бідними, купуючи дуже дешеву річ, в той же час вони не хочуть придбати товар за завищеною ціною. Дуже багато магазинів використовують це проти самих покупців, змушуючи їх купувати той чи інший товар. Було проведено багато експериментів у всьому світі, які повністю підтвердили той факт, що

основна маса покупців віддає перевагу саме середньо ціновій пропозиції. Володіючи такою інформацією, продавці можуть регулювати кількість продажів товарів, будувати маркетингові плани і продавати той товар, який необхідно, направляючи споживача до нього завдяки зміні рівня цін.)

3. Передбачуваність (знаючи мотиви і цілі споживачів, можна передбачити їхню поведінку. Таким чином, щоб «примусити» людину щось купити, потрібно спершу звернути її увагу на це. Один з експериментів показав, що салати, виставлені на полиці, що підсвічується, збільшили замовлення цієї страви в кілька разів. Подібні трюки діють абсолютно на всіх. В меню ресторатори явно намагаються виділити певну страву: більша і красива картинка, крупніше шрифт.)
4. Незнання реальної вартості товару (ми знаємо про вартість всіх цих продуктів, тому що продавці виставили на них ціну, але це вони визначили її. Якщо на лавах побутової техніки споживач побачить 2 ідентичні товари, так щоб при поверхневому огляді параметрів – різниця була несуттєва, а ціни при цьому будуть відрізнятися приблизно в півтори рази, то він не замислюючись придбає той який дешевше. При цьому споживач буде переконаний, що зробив вигідну покупку, так як поруч стояв такий ж товар, але дорожчий. Такий метод дуже добре працює при випуску нового продукту, ціну на який практично неможливо порівняти з аналогами.)
5. Магічна цифра 9 (цей трюк є основою в маркетингу. Всі ми не раз бачили цінники з цифрами 9, і не дивлячись на те, що всі ми підсвідомо розуміємо як це працює і навіщо це робиться, все ж йдучи в магазин ми знову і знову потрапляємо на цей прийом.) [2].

Розглянувши всі маніпуляції, стає зрозуміло, що споживачем можна управляти, головне знати способи.

Перейдемо до маркетингових інструментів, одним із головних інструментів впливу є реклама.. Відповідно до Закону України «Про рекламу», реклама визначається як – інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес товар. [3]. Перевагою застосування реклами є масове охоплення аудиторії, можливість багаторазового звертання, здатність до переконання, разом з тим недоліками реклами є: відсутність зворотного зв'язку.

Персональний, або особистий продаж, є інструментом комплексу просування, який передбачає індивідуальне спілкування працівника підприємства з потенційним покупцем. Він широко розповсюджений у світі. У контакт із потенційними покупцями в ролі продавців вступають практично всі працівники підприємства. Засобами такого спілкування є бесіди по телефону, листування, особисте спілкування з клієнтами. На відміну від інших елементів просування персональний продаж передбачає безпосередній контакт з покупцем, і дає можливість швидко реагувати на запитання клієнта, оперативно вносити корективи, а також є можливість встановлення довготривалих відносин між продавцем і покупцем. Перевагами особистого продажу є: психологічна підготовка комунікації, наявність зворотного зв'язку, розподіл і збір інформації про клієнта, недоліком є відсутність широкого охоплення.

Також важливим засобом впливу на поведінку споживачів є стимулювання збуту – це пряме заохочення споживачів придбати продукти чи послуги підприємства, а сфери торгівлі – включити ці товари до свого асортименту для наступного їх продажу. Стимулювання споживачів можуть бути засобами: знижки, гарантії, премії, безоплатні зразки, купони, які безпосередньо надаються споживачам, картки лояльності.

До поширених маркетингових інструментів маніпулювання споживачем слід віднести PR (паблік рілейшнз,) - особлива функція управління, покликана налагоджувати і підтримувати взаємозв'язок, взаєморозуміння, та співробітництво між організацією та публікою; здійснювати управління процесом розв'язання спірних питань; допомагати керівництву у дослідженні громадської думки; допомагати керівництву ефективно змінюватися, щоб бути на рівні вимог часу; допомагати передбачати тенденції розвитку; використовувати наукові методи, етичні норми спілкування як свої головні знаряддя [4]. Даний маркетинговий інструмент викликає достовірність інформації в очах споживачів, оскільки її подають у вигляді новини, а не рекламного оголошення, має довготривалий ефект і охоплює широку аудиторію. До переваг PR можна віднести: широке охоплення, іміджева спрямованість і позиціонування фірми. Недоліком є те, що зворотній зв'язок практично відсутній.

Висновок

Таким чином, проаналізувавши різні прийоми та інструменти можна зробити висновок, що підприємці легко маніпулюють нашою підсвідомістю за допомогою різних прийомів. Вони як ляльководи які з точністю знають за яку саме ниточку потрібно потягнути, щоби вплинути на думку

свого споживача аби він купив саме їхню продукцію. Шкода, що наш народ так легко ведеться на всі ці провокації, та не замічає, як нагло виробники та реалізатори цієї продукції нас дурять.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1) Белова Т.Г. Маркетинг : Конспект лекцій для студ. економічних спеціальностей усіх форм навчання. – К. : НУХТ, 2010. – 151 с.. Режим доступу: dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/14129/1/17.pdf;
- 2) Маркетингові хитрощі або як впливати на споживача [Електронний ресурс]. – Режим доступу : mgn.com.ua/uk/marketingovye-xitrosti-ili-kak-vliyat-na-potrebitelya.
- 3) Про рекламу : [закон України : офіц.. текст : за станом на 1 січня 2013 р.] Верховна Рада України; Закон від 03.07.1996 № 270/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр>
- 4) Маркетинг : навчальний посібник / С.І. Чеботар , Я.С. Ларіна, О. П.Луцій, М. Г. Шевчик, Р. І. Буряк та ін. ; за ред. С. І. Чеботар. – Київ «Наш час», 2007. – 504 с

Баранова Раїса Віталіївна – студент групи Мов-15б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, raisa11041998@gmail.com.

Науковий керівник: **Адлер Оксана Олександрівна** – кандидат технічних наук, доцент, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Baranova Raisa Vitaliivna - student of the MOB-15b group, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, raisa11041998@gmail.com.

Scientific supervisor: **Adler Oksana Oleksandrivna** - candidate of technical sciences, associate professor, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ОСНОВНІ ЗАСАДИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті визначено основні принципи забезпечення економічної безпеки держави. Виділено основні проблеми забезпечення економічної безпеки, які потребують першочергового вирішення.

Ключові слова: економічна безпека, Європейський Союз, Україна, економічні загрози.

Abstract

The article defines the basic principles of ensuring economic security of the state. The main problems of securing economic security, which require a first-rate solution, are highlighted.

Keywords: economic security, European Union, Ukraine, economic threats.

Вступ

У статті проаналізовано підхід до створення стратегії економічного захисту України в умовах євроінтеграції. Становище, яке наразі складається в Україні є характерним для посткомуністичних країн, тобто внутрішні небезпеки перевершують над зовнішніми. Україні необхідна розробка програми економічної безпеки та її продуктивна реалізація для швидкого економічного росту України, щоб ввійти до світової спільноти.

Метою статті є аналіз головних засад між вибраним загальнодержавним напрямком на інтеграцію України до Європейського Союзу та питанням забезпечення економічного захисту держави.

Дослідники

Планом стратегічного управління економічної безпеки держави, є праці таких учених як: Т. Васильців, який розглядав стратегію та механізми зміцнення економічної безпеки України; Б. Губський проголосив методологію виміру і стратегію забезпечення економічної безпеки України; М. Єрмошенко який досліджував національні інтереси та реальні небезпеки, стратегію забезпечення фінансової безпеки держави; Я. Блонець розробив пріоритети та шляхи вирішення проблеми стратегії забезпечення економічного захисту України.

Основна частина

Економічна захищеність являє собою категорію яка характеризує відсутність дестабілізуючих чинників внутрішнього та зовнішнього середовища на економічну діяльність. Перед Україною постала проблема, яка полягає у протиріччі між неминучому інтегруванню у світову економіку, з одного боку, та забезпеченню захисту свого внутрішнього ринку, національних інтересів та безпеки, з другого. Попри вагомні наукові дослідження, присвячені аналізу забезпечення економічної безпеки держави, дуже мізерна увага надана державному регулюванню економічної захищеності країни в контексті євроінтеграції. Державне управління процесами формування і забезпечення та посилення економічної захищеності здійснюється недостатньо ефективно. Тому очевидно є необхідність у розробці державного плану посилення економічної захищеності національної економіки в умовах ефекту глобалізації, оскільки, по-перше, її рівень забезпечення не є достатнім, по-друге – відсутні підходи до її зміцнення в умовах волатильності факторів глобалізаційного впливу.

Вступ України до ЄС буде мати дуже вагомні економічні привілеї для України, такі як: макроекономічна стабільність, підсилення продуктивності економіки, нарощування обсягів торгівлі між Україною та ЄС, вільний рух факторів виробництва в межах ЄС, гарантований захист прав працівників та споживачів.

Небезпеки процесу вступу пов'язані передусім з необхідністю в заходах щодо введення у належність до норм ЄС не лише на макроекономічному рівні, і також на рівні окремих підприємств, а також зміцнення ринкової економіки в Україні. У зв'язку з цим підвищується роль захисту своєї економічної системи як основного фактора забезпечення економічної захищеності.

Під економічною захищеністю розуміється, з однієї сторони, спроможність національної економіки до самовідтворення з метою задоволення на визначеному рівні потреб населення та держави, а з іншого – як здатність протистояти дестабілізуючим чинникам, що створюють загрозу розвитку держави. Гарантування конкурентоздатності національної економіки у світовій системі господарювання також входить до складових економічного захисту.

На теперішньому періоді одними з найбільш вагомих чинників, які слід урахувати задля

забезпечення національної захищеності в контексті євроінтеграції, є такі: ступінь суспільно-політичної та соціально-економічної стабільності суспільства, рисою політичного режиму, рівень правової культури різних суб'єктів правовідносин, особливо посадових осіб державного апарату, особливості історичних умов існування країни, геостратегічне положення країни, процеси глобалізації, сучасний стан та особливості спільної зовнішньої політики і політики безпеки ЄС. Важливим фактором економічної захищеності є ступінь соціально-економічної та суспільно-політичної стабільності суспільства. Кожна система забезпечення національної безпеки в теперішньому світі в дуже складних міжнародних та внутрішніх вимогах змушена рахуватися з можливістю радикальних Економічна захищеність являє собою категорію яка характеризує відсутність дестабілізуючих чинників внутрішнього та зовнішнього середовища на економічну діяльність. Перед Україною постала проблема, яка полягає у протиріччі між неминучому інтегруванню у світову економіку, з одного боку, та забезпеченню захисту свого внутрішнього ринку, національних інтересів та безпеки, з другого. Попри вагомі наукові дослідження, присвячені аналізу забезпечення економічної безпеки держави, дуже мізерна увага надана державному регулюванню економічної захищеності країни в контексті євроінтеграції. Державне управління процесами формування і забезпечення та посилення економічної захищеності здійснюється недостатньо ефективно. Тому очевидною є необхідність у розробці державного плану посилення економічної захищеності національної економіки в умовах ефекту глобалізації, оскільки, по-перше, її рівень забезпечення не є достатнім, по-друге – відсутні підходи до її зміцнення в умовах волатильності факторів глобалізаційного впливу.

Вступ України до ЄС буде мати дуже вагомі економічні привілеї для України, такі як: макроекономічна стабільність, підсилення продуктивності економіки, нарощування обсягів торгівлі між Україною та ЄС, вільний рух факторів виробництва в межах ЄС, гарантований захист прав працівників та споживачів.

Небезпеки процесу вступу пов'язані передусім з необхідністю в заходах щодо введення у належність до норм ЄС не лише на макроекономічному рівні, і також на рівні окремих підприємств, а також зміцнення ринкової економіки в Україні. У зв'язку з цим підвищується роль захисту своєї економічної системи як основного фактора забезпечення економічної захищеності.

Під економічною захищеністю розуміється, з однієї сторони, спроможність національної економіки до самовідтворення з метою задоволення на визначеному рівні потреб населення та держави, а з іншого – як здатність протистояти дестабілізуючим чинникам, що створюють загрозу розвитку держави. Гарантування конкурентоздатності національної економіки у світовій системі господарювання також входить до складових економічного захисту.

На теперішньому періоді одними з найбільш вагомих чинників, які слід урахувати задля забезпечення національної захищеності в контексті євроінтеграції, є такі: ступінь суспільно-політичної та соціально-економічної стабільності суспільства, рисою політичного режиму, рівень правової культури різних суб'єктів правовідносин, особливо посадових осіб державного апарату, особливості історичних умов існування країни, геостратегічне положення країни, процеси глобалізації, сучасний стан та особливості спільної зовнішньої політики і політики безпеки ЄС. х змін у рівні її стабільності, що примушує створювати ті чи інші стабілізуючі механізми. Присутність у теперішній Україні величезної кількості соціальних суперечок, їх нерегульованість та виникнення тенденцій до наступних загострень більшість із них обумовлює відносно довге підтримання нестабільності в великому колі суспільних відносин і цілому ряді регіонів країни при спроможності розвитку її у бік створення нових кризових ситуацій. Максимальною небезпекою економічній захищеності України в обставинах євроінтеграції є експортна спрямованість зовнішньої торгівлі України з країнами ЄС на основі традиційних однакових товарів за обставин ненасиченості вітчизняного ринку диференційованою продукцією. Порівняльний аналіз будови експорту показує, що входження України в систему зовнішньо-економічних зв'язків з ЄС вимагає серйозної адаптації її структури, всього господарського механізму до дуже високих правил світового ринку.

Розглянемо зміни в національній економіці внаслідок процесів євроінтеграції які наведені у таблиці 1

Таблиця 1

Назва	Вплив змін на економічну безпеку вітчизняних підприємств
1. Захоплення національної економіки ТНК	Негативний. Більшість найпривабливіших сегментів національної економіки підпадуть під вплив міжнародних ТНК, які витіснять вітчизняні підприємства й стануть монополістами. Вітчизняні підприємства стагнуватимуть, їхня залежність від міжнародних транснаціональних підприємств зросте
2. Розквіт національної економіки	Позитивний. Всі або переважна більшість сегментів національної економіки отримують позитивні фінансові результати. ВВП України зростає, як і стабільність вітчизняної економіки
3. Інвестиційне море	Позитивний. Вітчизняні підприємства отримують доступ до інвестиційних ресурсів, що спростить реалізацію нових проєктів, дозволить у разі необхідності звернутися до залучення коштів інвесторів
4. Інтервенція + квотування	Негативний. Внаслідок конкурентної інтервенції значна частина вітчизняних підприємств стикнеться із падінням доходу та втратою частини ринку. Квотування на зовнішніх ринках обмежить дохід вітчизняних підприємств від експортних операцій
5. Спеціалізація	Змішаний. Окремі сегменти та сектори національної економіки відчують покращання, але в цілому значна частина вітчизняних підприємств стикнеться з падінням попиту на їхню продукцію та зростанням конкуренції
6. Товарний дефіцит	Негативний. Внаслідок різниці між цінами на внутрішньому та зовнішньому ринках вітчизняні підприємства прагнуть до експорту певних видів сировини та продукції, що призведе до дефіциту або нестачі ресурсів певних видів для національних виробників
7. Аграризація національної економіки	Змішаний. Позитивний розвиток відчують лише представники аграрного сектору економіки та пов'язаних з ним її сегментів (наприклад, обслуговуючі). Підприємства з іншими видами економічної діяльності стикнуться із зростанням конкуренції, падінням попиту, монополізацією ринку
8. Дефіцит кваліфікованих кадрів	Негативний. Внаслідок відкриття кордонів кваліфіковані спеціалісти можуть шукати працевлаштування за межами українського ринку праці. Наслідком цього стане кадровий дефіцит для українських підприємств, нестача спеціалістів потрібного профілю та кваліфікації
9. Без істотних змін	Негативний. Сьогодні економіка України та вітчизняні підприємства випробовують значні складності. Консервація такої ситуації призведе до унеможливлення позитивного розвитку, забезпечення економічної безпеки для значної кількості вітчизняних підприємств шляхом використання потенціалу присутності на європейському ринку.

В таблиці 1 ми бачимо, які ефекти євроінтеграції для економіки є комплексними, а також що вони зв'язані між собою. У підсумку євроінтеграції назріває результат, який є небезпечним для деяких галузей національної економіки. Суттєвими вигодами економічної захищеності України в умовах євроінтеграції є: зміна моделі інтеграції української економіки до ЄС через переважний розвиток внутрішнього ринку, проведення політики зменшення частки експорту у ВВП за утримання чималої ролі зовнішньої торгівлі у процесі відтворення; використання дієвої імпоротної політики з використанням процедур, створених у рамках СОТ, які не заважають чесній конкуренції та зростанню конкурентоспроможності національного капіталу; погодження в рамках переговорів щодо створення зони вільної торгівлі положень про вільне функціонування ринкових інститутів, стабільних та недискримінаційних правових рамок для суб'єктів господарювання обох сторін, гарантування правових норм у торговельно-економічній сфері, чітко встановлених прав власності, використання чітких нормативів походження товарів та інших правил, які застосовуються у рамках аналогічних угод; сприяння високотехнологічного експорту через підтримання просування українських товарів на зовнішній ринок; полегшення та пришвидшення процедури експортного контролю; створення системи моніторингу стану економічної захищеності України.

Висновки

За викладеним матеріалом можна сформулювати такі висновки: наслідки євроінтеграції формують як можливості, так і загрози для вітчизняних підприємств; нейтралізація або ліквідування перешкод економічній безпеці вітчизняних підприємств внаслідок євроінтеграції відкриває перед ними нові можливості, посилює їхні позиції (у тому числі і на ринках), а реалізація загроз, навпроти, послабляє їх; пріоритетами України у сфері економічної безпеки має стати створення відповідних правових, економічних, соціальних та інших умов, спрямованих на покращення грошово-кредитної, валютної, банківської, бюджетної, податкової, інвестиційної політики; ефективним способом забезпечення економічної захищеності є побудова абсолютно нової моделі, яка має в собі поєднувати державний протекціонізм з пришвидшеним технологічним переоснащенням у контексті зменшення енерго-матеріалоємності, покращення екологічності виробництва, що в заключному висновку означає вихід на новий рівень рентабельності виробництва, що забезпечить конкурентоспроможність національної економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1) Економічна безпека України : сутність і напрямки забезпечення / В. Т. Шлемко, І. Ф. Бінько : Монографія. – К. : НІСД, 2017. – 144 с : Режим доступу: <http://agroportal.ua/ua>;
- 2) Чалий, О. Стан та перспективи співробітництва між Україною та Європейським Союзом. – 2015. – С. 32- 37.
- 3) Сак Т.В. Економічна безпека України: поняття, структура, основні тенденції / Т.В. Сак // Всеукраїнський наукововиробничий журнал Інноваційна економіка. — 2016. — С. 336—340.
- 4) . Власюк О.С. Ризики і загрози економічній безпеці України у 2015—2016 рр. та механізми їх мінімізації Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/ruzuku_zagrozu1bab4e.pdf
- 5) Головченко О.М. Економічна безпека регіону та гарантування стабільності національної економіки 2017. — 399 с

Осаволук Дмитро Павлович – студент групи Мов-15б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, fm.3mo15.osavolyuk@gmail.com.

Науковий керівник: **Адлер Оксана Олександрівна** – кандидат технічних наук, доцент, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Osavolyuk Dmytro Pavlovich - student of the MOB-15b group, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, fm.3mo15.loshak@gmail.com.

Scientific supervisor: **Adler Oksana Oleksandrivna** - candidate of technical sciences, associate professor, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті досліджено основні закономірності удосконалення системи управління персоналом підприємств сфери послуг в сучасних економічних умовах. Досліджуються окремі фактори, аспекти та закономірності удосконалення систем управління персоналом у залежності від актуальних економічних умов діяльності підприємства. Виявлено тенденції та перспективи подальших досліджень проблематики вдосконалення системи управління персоналом підприємств.

Ключові слова: *система управління персоналом, вдосконалення системи управління персоналом, HRменеджмент, економічні умови, підприємства сфери послуг.*

Abstract

In the article the basic laws to improve the system of personnel management service businesses in the current economic conditions. Investigated individual factors, aspects and patterns improve personnel management systems, depending on the current economic conditions of the company. Observed trends and prospects for future research issues to improve the system of personnel management companies.

Keywords: *human resource management system, improvement of personnel management, HRmanagement, economic conditions, the service industries.*

Інноваційна спрямованість сучасного виробництва, необхідність підвищення його ефективності в умовах жорсткої конкуренції на ринку праці визначають необхідність формування нових підходів до управління персоналом підприємства. Персонал виступає тим невичерпним ресурсом, який дозволяє суб'єкту господарювання вижити в складних умовах, забезпечити досягнення конкурентних переваг, підвищити показник трудової діяльності.

Саме тому в сучасних умовах персонал перетворюється на стратегічний ресурс підприємства, а прагнення до його якнайповнішого використання спонукає до пошуку нових ефективних важелів оптимального управління ним. Це визначає необхідність управління персоналом на основі принципів та методів стратегічного управління підприємством. При цьому під об'єктом стратегічного управління доцільно розуміти як наявність у підприємства кваліфікованого персоналу, так і сукупні здібності, можливості та досвід персоналу, необхідні для здійснення дій, які забезпечать підприємству стратегічні конкурентні переваги, тобто кадровий потенціал підприємства[1].

Кадровий потенціал підприємства відіграє провідну роль у розв'язанні науково-теоретичних, організаційних та економічних завдань господарювання. Тому управління кадровим потенціалом підприємства, на наш погляд, повинне здійснюватися на засадах стратегічного підходу. Це означає використання в практиці управління персоналом прогресивних підходів стратегічного управління, концепції “етичного підприємництва”, “організації, що навчається”, “управління знаннями” та сучасного інструментарію управління персоналом.

Формування кадрового потенціалу підприємства являє собою складний і довготривалий процес набуття й використання навичок, знань і умінь, який охоплює собою відповідне навчання, набуття практичних навичок і конкретне їх цільове використання в певних умовах. Результативність цього залежить від особистого потенціалу працівника, як сукупності якісних характеристик людини, які визначають можливість й межі участі у трудовій діяльності. Слід зазначити, що в науковій

літературі недостатньо приділяється увага питанням систематизації і класифікації факторів, що визначають формування і використання кадрового потенціалу. Основними етапам формування кадрового потенціалу є аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, які впливають на нього[2].

Наявність потужного кадрового потенціалу для будь-якого підприємства є першочерговою умовою для досягнення своєї стратегічної мети. Віг є тією конкурентною перевагою, яка забезпечує зниження залежності підприємства від факторів зовнішнього середовища. У період кризи системи економічних відносин (це стосується й системи управління персоналом) корегуються кардинально, як на рівні формування кадрового потенціалу, так і на рівні його використання. У сучасних умовах існуюча система управління персоналом надає можливість для розробки нової, більш гнучкої стратегії розвитку кадрового потенціалу підприємства, яка здатна радикально змінити систему управління персоналом в цілому.

Головною метою розвитку кадрового потенціалу є забезпечення функціональних підсистем і виробничих систем підприємства необхідними працівниками в потрібній кількості та потрібної кваліфікації. Дана мета досягається ефективною кадровою роботою з підбору персоналу, оцінки, трудової адаптації, стимулювання й мотивації, навчання, атестації, організації праці й робочого місця, використання персоналу, планування просування по службі, управління кадровим резервом, управління нововведеннями в кадровій роботі, безпеки і здоров'я, вивільнення персоналу[3].

Головна мета розвитку кадрового потенціалу підприємства визначає підцілі та принципи системи управління персоналом. Розвиток кадрового потенціалу передбачає реалізацію стратегічних аспектів управління підприємством, такі, наприклад, як розробка і здійснення кадрової політики, в межах якої принципи управління персоналом відображають об'єктивні тенденції, соціальні й економічні закони, враховують наукові рекомендації суспільної психології, теорії менеджменту й організації, тобто увесь арсенал наукового знання, який і визначає можливості ефективного регулювання та координацію людської діяльності.

Динамічний розвиток економіки України, високі темпи змін зовнішнього середовища та посилення конкуренції обумовлюють зростання ролі та значення персоналу як фактора підвищення конкурентоспроможності. Для вітчизняних підприємств проблема формування персоналу, який би відповідав сучасним вимогам, був зацікавлений у зростанні продуктивності праці та досягненні цілей, є надзвичайно актуальною.

Під суб'єктом управління персоналом розуміють, по-перше, функціональний апарат, який управляє процесами підготовки, прийому, адаптації, переміщення працівників; по-друге, лінійний управлінський персонал, який здійснює керівництво підлеглими підрозділами і колективами; по-третє, різні працівники, профспілкові та інші суспільні організації, які виконують низку функцій з згуртування колективу, його виховання, розвитку творчої активності його членів, і, насамкінець, сюди повинні бути включенні неформальні лідери, які є у колективі[4].

Суть управління персоналом виявляється в його меті, яка формується як підвищення ефективності підприємства в цілому системи та її підсистеми "управління персоналом" на основі оптимізації взаємодії її елементів, узгодженості і впорядкованості виробничої діяльності працівників.

Успішно протистояти впливу негативних факторів оточення і поліпшувати ринкове становище дозволяє стратегія розвитку підприємства та взаємопов'язана з нею кадрова стратегія. У зв'язку з цим виникає необхідність формування механізму стратегічного управління персоналом промислових підприємств, адекватного ринковим перетворенням.

Формування організаційно-економічного механізму стратегічного управління персоналом як всебічно обгрунтованої сукупності взаємоузгоджених компонентів засноване на поступовому русі від концепції та принципів управління персоналом до кадрової політики, а від неї – до розробки стратегії управління персоналом. Побудова та реалізація гнучкого механізму стратегічного управління персоналом дозволить більш ефективно використовувати людський потенціал у рамках загальної стратегії розвитку підприємства. Запропоновано стратегію управління персоналом як комплекс довготривалих методів і технологій максимального використання

кадрового потенціалу для досягнення стратегічних цілей підприємства та одержання конкурентних переваг[5].

Формування системи стратегічного управління персоналом припускає внесення суттєвих змін до цілей, функцій та організаційної структури існуючої системи управління персоналом. У зв'язку з цим у дисертаційній роботі пропонується створення групи стратегічного управління персоналом, структурно підпорядкованої вищому керівництву організації. Особливості та можливості формування даного підрозділу визначаються масштабом та характером діяльності підприємства, функціями кадрової служби[6].

Створення групи стратегічного управління сприяє вирішенню стратегічних планів та має деякі переваги: гнучкість, ефективне використання персоналу та підвищення його професіоналізму, можливість ротації кадрів шляхом залучення фахівців до участі в роботі над кількома проектами, розвиток мотивації та концентрація зусиль на реалізації стратегії.

Необхідно відмітити, що свідченням низької ефективності управління персоналом є: зниження ролі кадрових служб, які виконують лише реєстраційно-облікові функції; відсутність мети в кадровій політиці та стратегії управління персоналом; низький рівень заробітної плати, значна непривабливість праці. Зроблено висновок про те, що підвищити рівень конкурентоспроможності підприємств можливо за умов посилення уваги до проблем у кадровій сфері та переходу до стратегічного управління персоналом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Зайнашева З.Г. Проблемы кадрового обеспечения сферы бытовых услуг // Вестник Башкирского института социальных технологий. 2011. № 3. С. 49-55.
2. Ковальська Н.М. Менеджмент сфери послуг у контексті кадрової політики держави // Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології. – 2012. – №1(6. – С. 92 – 97.
3. Чикуркова А. Д. Система стратегічного управління персоналом суб'єктів господарювання в аграрному секторі економіки: монографія. – Кам'янець-Подільський: ПП Зволейко Д. Г., 2012.
4. Виноградський М. Д. Управління персоналом: навч. посіб. / М. Д. Виноградський, С. В. Беляєва, А. М. Виноградська, О. М. Шканова. -К.: Центр навчальної літератури, 2012. - 504 с.
5. Базаров Т. Ю. Управление персоналом: деловая литература / Т. Ю. Базаров, Б. Л. Еремин. - М.: «Академия», 2011. - 219 с.
6. Веснин В. Р. Практический менеджмент персонала [Электронный ресурс] / В. Р. Веснин. - Экономическая онлайн библиотека [официальный сайт]. - Режим доступа: [Ийр://экономтеория.рф/текст/1031](http://экономтеория.рф/текст/1031)

Безносюк Валерія Іванівна – студентка групи МПОУ-18мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Лесько Олександр Йосипович** – кандидат економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця.

Beznosiuk Valeriy I. – student of the MPOU-18m group, Faculty of management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Supervisor: **Lesko Oleksandr** – Dr. Sc. (Eng.), Professor, Head of the Department of Enterprise Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

АСПЕКТИ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ЇЇ МЕТА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглянуто основні принципи та особливості формування корпоративної культури підприємства, визначено сутність поняття «корпоративна культура», її види та вплив на розвиток організації.

Ключові слова. Аспекти корпоративної культури, організація, управлінська діяльність.

Abstract

Corporate culture of the organization: nature, types, principles and effects on the development of the organization. Basic principles and features of forming of corporate culture of enterprise are considered in the article, essence of concept "corporate culture", its kinds and influence, is certain on development of organization.

Keywords: *Aspectscorporate culture, organization, administrative activity, labour potential.*

Актуальність даної теми випливає з необхідності створення відповідної концепції та методів формування корпоративної культури організації як основи її сталого розвитку в майбутньому. Важливою умовою такого розвитку є науково обґрунтоване розроблення основних принципів, що визначають її базові вихідні засади. В умовах забезпечення економічного і соціального розвитку розроблення принципів корпоративної культури обумовлене важливістю її впливу на діяльність підприємства. Принципи корпоративної культури повинні відповідати критеріям стабільного та ефективного розвитку підприємства. Впровадження та дотримання принципів корпоративної культури дозволить зробити її могутнім інструментом управління персоналом, забезпечить цілісність організації, створить сприятливі умови для управління підприємством та сприятиме стабільному розвитку корпоративної культури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Корпоративну культуру як економічне поняття та важливого чинника управління персоналом у своїх наукових працях розглядали такі вітчизняні та зарубіжні вчені та науковці, як: Т. Алпеева, Б. Гасєвський, Ю. Давидов, Ю. Красовський, Ю. Палеха, С. Рей, О. Грішнова, І. Мажура, Т. Кицак, І. Петрова, М. Коул та ін. Метою статті є визначення сутності корпоративної культури, основних принципів та особливостей її формування та визначення впливу на розвиток організації. Виклад основного матеріалу дослідження. На сучасному етапі розвитку економіки є досить відомим той факт, що майже кожна успішна організація має свою корпоративну культуру, – сукупність найважливіших положень діяльності організації, обумовлених місією та стратегією розвитку, що знаходять своє відображення в соціальних нормах і цінностях більшості працівників. Така культура дозволяє вирізнити організацію, створює атмосферу ідентифікованості для її членів, зміцнює соціальну стабільність та є контролюючим механізмом, який направляє і формує відносини та поведінку працівників.

Сутність корпоративної культури – це специфічна форма взаємозалежної системи, яка включає в себе ієрархію цінностей, що домінують серед співробітників організації та сукупність способів їх реалізації, що переважають в ній на певному етапі розвитку. Виділяють наступні джерела формування корпоративної культури:

- система особистих цінностей та індивідуально-своєрідних способів їх реалізації;
- способи, форми та структура організації, що втілюють деякі цінності, в тому числі й особисті цінності керівників підприємств;
- уявлення про оптимальну та припустиму модель поведінки співробітника в колективі, що відображає систему внутрішньо групових цінностей, що склалися.

Корпоративна культура підприємства дає змогу розв'язати дві ключові проблеми: встановити оптимальні зв'язки підприємства із зовнішнім середовищем (зовнішня адаптація) та сприяти стабільній та продуктивній роботі персоналу на партнерських засадах (внутрішня інтеграція). Завдяки своїм специфічним функціям та спрямованості (позитивній чи негативній) корпоративна культура може значно впливати на трудову поведінку, мотивацію саморозвитку працівників, а також на деградацію трудового потенціалу підприємства. Корпоративна культура виконує такі функції: надання співробітникам організаційної ідентичності, визначення внутрішнього уявлення про підприємство та його головні цінності, що слугує важливим джерелом самоідентифікації персоналу як команди (впливає на рівень компетенції і трудовий менталітет – складові трудового потенціалу); допомога новим співробітникам швидко адаптуватись і прилучитися до ефективної роботи, правильно сприймати явища, що відбуваються на підприємстві, завдяки знанням про головні принципи корпоративної культури (впливає на організованість і трудову активність); стимулювання прояву індивідуальної і колективної відповідальності при виконанні окреслених завдань, зокрема у сфері інновацій (впливає на мобільність і здатність до розроблення інновацій). В літературі корпоративна культура класифікована на негативну і позитивну залежно від впливу на формування трудових цінностей персоналу: – позитивна корпоративна культура фіксує для працівника цінність своєї професійної діяльності як способу особистісної трудової, творчої самореалізації й саморозвитку та цінність свого підприємства як умови забезпечення власних актуальних потреб; – негативна корпоративна культура відбиває ситуацію, коли трудова діяльність для персоналу на конкретному підприємстві різною мірою вигідна, проте не цінна з точки зору саморозвитку персоналу та творчої самореалізації. Формування позитивної корпоративної культури можна спостерігати на підприємствах, що розвиваються стабільно, де прояв позитивних ознак окресленої культури є стабільним або тимчасово нестабільним (культура орієнтована на розвиток виробництва та на соціальний розвиток колективу) [6]. Корпоративна культура підприємства визначає шлях його розвитку. Вона є унікальною та неповторною, на кожному підприємстві їй притаманні чи інші особливості. Дослідження з цього питання доводять, щонемає підприємств з однаковою корпоративною культурою. Проте підприємства можуть використовувати подібні методи, способи, засади для формування та розвитку корпоративної культури. Одним із таких шляхів, що сприяє її розвитку, є використання принципів корпоративної культури [2]. Принципи корпоративної культури – це базові вихідні положення, які забезпечують її формування та розвиток. Дотримання підприємством принципів корпоративної культури впливає на подальший її стан, ефективність прийняття управлінських рішень, результативність діяльності працівників [3].

Принципи корпоративної культури відображають вихідні засади, положення з ефективного управління персоналом [3]. Кожне підприємство може самостійно розробляти принципи корпоративної культури, проте їх необхідно розділити на загальні та спеціальні. Є такі загальні принципи корпоративної культури: 1. Принцип соціально-економічного та інтелектуального розвитку. Корпоративна культура повинна орієнтуватись на забезпечення економічного достатку, соціального та інтелектуального розвитку усіх працівників. 2. Принцип всеохопленості та системності передбачає формування та розвиток корпоративної культури з позиції охоплення нею усіх працівників, явищ, елементів та процесів, що забезпечують діяльність підприємства. 3. Принцип вимірності та корисності.

4. Принцип особистісно-орієнтованого менеджменту. Корпоративна культура повинна бути зосереджена на особистісно-орієнтованому менеджменті. 5. Принцип стосунків «керівництво – працівник». В основі корпоративної культури повинні бути: чесність, порядність, вихованість,

справедливість, повага, визнання влади, з одного боку, та визнання цінності та індивідуальності кожного працівника з іншого у становленні відносин. 6. Принцип еталону. Корпоративна культура повинна бути еталоном ефективної діяльності [3]

Висновки. Таким чином можна стверджувати, що корпоративна культура організації – це сукупність прийнятих на даному підприємстві норм і правил поведінки по відношенню до клієнтів і партнерів, а також культура міжособових стосунків на підприємстві і саме від неї залежить ефективність діяльності організації, стан міжособистісних стосунків в ній та сформований імідж.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аніщенко В. О. Роль корпоративної культури у прийнятті управлінських рішень. – Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 3. – С. 64-71.
2. Артеменко М.Г. Корпоративна культура: мотиви управлінської діяльності. - Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. – № 917. Серія: Філософія. Філософські перипетії. – 2010. – С. 91-99.
3. Бала О.І., Муқан О.В., Бала Р.Д. Принципи корпоративної культури підприємств: сутність та види. – 2010. – №682. – С. 11-15.
4. Іваницька Н.Б. Концепції мотивування персоналу до формування корпоративної культури на машинобудівному підприємстві. – 2010. – №683. – с. 294-299.
5. Лопухова К.О. Вплив корпоративної культури на соціальні процеси підприємства. – Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 31. – С. 216-219.
6. Семикіна А. Корпоративна культура та її роль у розвитку трудового потенціалу. – Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. – 2010. – №15.

Магденко Оксана Юріївна – студентка групи МПОУ-18мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м.Вінниця

Науковий керівник: Лесько Олександр Йосипович-к.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту ВНТУ, м.Вінниця

Magdeno Oksana Yuriyivna - Student of the group MPOU-18mi, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Scientific supervisor: Oleksandr Lesko, Ph.d, Professor, Head of the Department of Enterprise Economics and Production Management, VNTU, Vinnytsia

Мотивація кадрів як фактор підвищення ефективності діяльності підприємства

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено теоретичні основи мотивації кадрів. Розглянуто проблематику мотивації персоналу на підприємстві та запропоновано напрямки розвитку та підвищення ефективності мотиваційної системи на підприємстві.

Ключові слова: мотивація, кадри, мотиваційна система, соціально-психологічний комфорт, стимулювання

Abstract

The article considers theoretical basics of personnel motivation is explored. The problems of motivation of the personnel at the enterprise are considered, and directions of development and increase of efficiency of the motivational system at the enterprise are offered.

Key words: motivation, personnel, motivational system, social-psychological comfort, stimulation

Неможливо виконувати функції планування, організації, мотивації і контролю, якщо немає ефективного керівництва. Управління кадрами – це складний процес, який потребує всебічного підходу та використання різноманітних методів, до яких належить і мотивація.

Вивчення проблеми мотивації має як теоретичне так і практичне значення. До проблеми мотивації звертаються представники багатьох наук: економісти, соціологи, філософи, психологи, юристи, педагоги. В сучасній науковій літературі значна увага приділяється вивченню питання мотивації кадрів. Натомість мають місце значні розбіжності у розумінні мотивів і стимулів, що зумовлює необхідність спеціального дослідження цих понять, аналізу сучасного стану і особливостей мотивації.

Питання мотивації кадрів розглянуто в роботах багатьох вітчизняних та закордонних науковців, а саме: О. Баєвої [1], С. Беляєва [2], Д. Богині [3, 4], Л. Буковинської [5], та інших. У роботах даних авторів досліджено теоретичні та практичні проблеми мотивації кадрів, проте недостатньо висвітленими досі залишаються проблеми побудови мотиваційної системи, як елементу підвищення конкурентоспроможності підприємства суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності. Відсутність цілісного уявлення про мотиваційні фактори трудової діяльності обумовлюють необхідність подальших досліджень щодо удосконалення системи мотивації кадрів на підприємствах суб'єктах зовнішньоекономічної діяльності.

У сучасних умовах господарювання мотиваційна складова в управлінні персоналом усвідомлюється і визначається як орієнтир до дії на багатьох підприємствах. Однак, досить часто трапляються випадки, коли при значних витратах на мотивування працівників віддача персоналу залишається на низькому рівні. Як результат, в прагненні мотивувати своїх працівників підприємство отримує зворотній демотиваційний ефект. Тобто кошти, витрачені на мотивацію персоналу, не обов'язково є адекватною ефективною мірою. [6]

Сьогодні існують різні теорії мотивації, налічується велика кількість визначень поняття мотивації і загалом в науці закріпився плюралістичний підхід щодо розуміння даної категорії. Мотивація – це прагнення людини до дії, в якій вона відчуває потребу, але не здатна приступити до неї або здійснити самостійно. Мотивація працівника – це прагнення задовольнити свої потреби; це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до трудової діяльності та надають цій діяльності спрямованість, яка орієнтована на досягнення визначених цілей. Тобто, можна сказати, що мотивація є безпосереднім чинником спонукання працівників до праці. [5]

Деякі дослідники звертають увагу на відмінність між мотивацією, яка означає самоуправління індивіда і саме тому властива та належить тільки йому одному, та мотивуванням як цілеспрямованою дією керівника або функціонуванням систем стимулювання, яке є зовнішнім регулюванням. Якщо мотивація – це процес внутрішнього спонукання людини до досягнення цілей, то демотивація характеризується як процес, в результаті якого внутрішнє бажання діяти у людини зменшується. Найбільш поширеними демотиваторами є авторитарний стиль керівництва, ігнорування ідей та ініціатив, відсутність почуття приналежності до компанії, відчуття досягнення, тощо.

Різні прийоми спонукання працівників (призи, дарунки, пенсійні та страхові програми) спрямовані на зміцнення лояльності працівників сьогодні та збільшення тривалості їхньої активної праці в майбутньому. Існуючі методи не враховують і не оцінюють вплив на продуктивність кадрів таких важливих чинників як розташування підприємства (тривалість шляху до місця роботи і назад та зручність добиратися), режим роботи підприємства (час початку та закінчення роботи, змінність), житлово-побутові умови працівників, рівень медичного та лікувально-профілактичного обслуговування, гарантії забезпечення роботою, медичне та соціальне (в тому числі пенсійне) страхування, можливості навчання та підвищення кваліфікації тощо. [6]

Для характеристики рівня задоволення всієї сукупності соціально-психологічних потреб, пов'язаного з продуктивністю персоналу, пропонується використовувати поняття комфорту та дискомфорту персоналу. Соціально-психологічний комфорт персоналу є поняттям ширшим, ніж «умови праці», відображаючим вплив на продуктивність чинників, як пов'язаних безпосередньо з виконанням працівником виробничих функцій, так і тих, що формуються за межами виробничого середовища, і ближчим до поширеної в зарубіжній практиці «якості трудового життя», без врахування матеріальних стимулів. [7]

Сукупність соціально-психологічних чинників забезпечує певний рівень комфорту, дискомфорту – комфортність персоналу, від якої, в поєднанні з системою матеріального стимулювання, залежить його продуктивність. Зокрема, технічні, санітарно-гігієнічні, психофізіологічні та естетичні умови праці впливають на продуктивність персоналу як через дію на рівень напруженості праці, так і через вплив на таку важливу групу людських потреб, як потреби фізичної безпеки.

На думку О.І. Попрозмана [8] оптимальний комплекс засобів стимулювання має такий вигляд (рис.1):

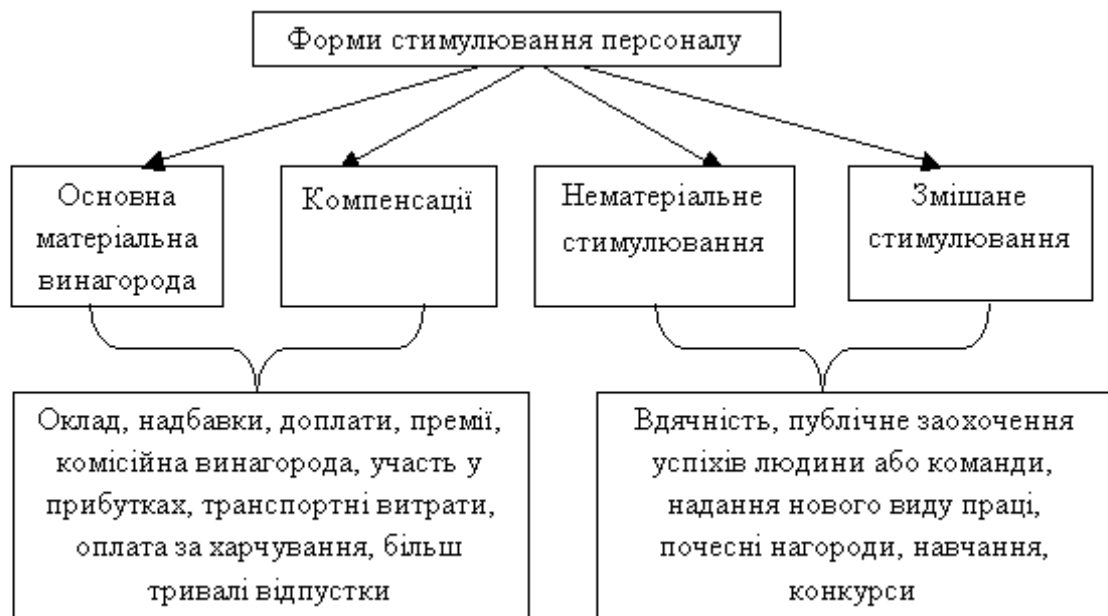


Рис. 1. Оптимальний комплекс засобів стимулювання за О.І. Попрозманом.

Кожне з відображених на рисунку понять, має певний зміст. Так, під основною матеріальною винагородою розуміється заробітна плата яку отримує робітник за виконану працю згідно з трудовим договором.

Під компенсацію розуміється видача грошових сум і одноразових допомог працівникам за невикористану відпустку, зростання цін, при звільненні, поновлення на службі, при переведенні на іншу роботу і т. і.

До нематеріальних відносяться такі заохочення, які не пов'язані з виплатою грошей, наданням послуг, продукції. Нематеріальне стимулювання працівників можна визначити як закріплені нормами трудового права засоби морального визнання працівників та трудових колективів за досягнення високих результатів праці. Тобто це можливість самореалізації та творчості, стабільність і престиж (репутація і популярність самої компанії), гарні умови праці, сприятливий клімат у колективі, участь у прийнятті рішень і т.і.

Змішане стимулювання використовує комбіновані (матеріальні і нематеріальні) форми і тому є необхідним доповненням до основного стимулювання і компенсацій. Різноманітні прийоми спонукання робітників (призи, подарунки, пенсійні і страхові програми) направлені на укріплення лояльності робітників у сьогоденні і збільшення продовження їх активності роботи в майбутньому.

Оцінка результатів трудової діяльності є важливим засобом мотивації поведінки людей. Визначивши сильних працівників, адміністрація може певним чином винагородити їх подякою, підвищенням зарплати чи професійним просуванням.

Рівень оплати праці є основним чинником, діючим на трудову поведінку основної маси працівників в умовах низького рівня якості життя населення. Однак, як показують дослідження, технологія встановлення і обґрунтування розміру заробітної плати є не менш важливим фактором, чим сам її розмір.

На думку роботодавців перевага віддається, насамперед, високій зарплаті, безпечності у роботі, просуванням у кар'єрі. На думку роботодавців, найменш привабливим показником для потенційних працівників є почуття причетності, допомога в вирішенні особистих проблем та визнання у роботі. Але, як показують результати дослідження, думка найманих працівників з цього питання суттєво відрізняються від думок роботодавців.

Наймані працівники відносяться до цих факторів таким чином: у першу чергу вони виділяють визнання в роботі, далі йдуть почуття причетності та допомога в вирішенні особистих проблем. У меншому ступені найманих працівників турбує справедливий порядок, умови роботи, які надає роботодавець та лояльність менеджменту. Під час вибору роботи, випускники вищих навчальних закладів, насамперед, віддають перевагу високій заробітній платі, що пояснюється з одного боку економічною ситуацією в країні, а з іншого, - об'ємом їхніх потреб, які в значній мірі перевищують об'єм потреб працівників більш зрілого віку, (працівники цієї соціально-демографічної категорії віддають перевагу гарним умовам роботи). Другим фактором виступає цікавість в роботі. На третьому місті хороші умови роботи.

Для мотивації менеджера слід встановити насамперед гідну заробітну плату, а так само відчутну виплату у відсотках від вдалих угод. Така система буде ефективною на початковому етапі роботи на посаді менеджера, оскільки працівник буде відчувати стабільність (у нього є фіксований дохід), а так само простір для розвитку. Через деякий час (коли менеджер набуває досвіду, і як наслідок впевненості у своїх силах) слід задіяти іншу схему оплати праці, а саме, збільшити частку від угод та об'єм робіт під фіксовану плату. Така дія буде спонукати працівника до укладення нових більш вигідних для підприємства, а отже і більш вигідних для працівника, угод. Також слід регулярно проводити збори персоналу саме цієї категорії, на яких виділяти й заохочувати найбільш успішних, тим самим стимулюючи інших.

Технологічно забезпечити функціонування ефективної системи мотивації може и має колективний договір, в якому відображені угоди між роботодавцем та найманими працівниками умови мотивації персоналу.

Підвищенню ефективності системи мотивації персоналу може служити також забезпечення гласності цих умов: кожен працівник має знати яким чином оцінюється його робота и яка винагорода йому належить за виконену працю.

Отже, найбільшій ефективності діяльності підприємства можна досягнути в умовах комплексного підходу до вибору засобів мотивації персоналу, використання як матеріальних так і нематеріальних стимулів. Досягнення бажаних результатів мотивації персоналу на підставі комплексного підходу до її організації можливе лише за умови врахування потреб кожної соціальної та вікової групи персоналу. Для забезпечення ефективного функціонування системи мотивації слід використовувати можливості колективного договору, та широку гласність її умов. Широке використання методів мотивації персоналу в практиці роботи підприємств може служити підвищенню ефективності їх діяльності, забезпечити сталий розвиток суб'єктів господарювання в сучасних умовах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Баєва О. Індивідуально-типологічний підхід у виявленні потреб людини як базисна основа мотивації / О. Баєва // Персонал. – 2005. – № 9. – С. 81-84.
2. Беляев С. Что мотивирует украинских менеджеров? / С. Беляев // Управление персоналом. – 2005. – № 11. – С. 63-64.
3. Богиня Д. П. Трудовий менталітет у системі мотивації праці / Д. П. Богиня, М. В. Семикіна. – Кіровоград : Поліграф-Терція, 2002. – 226 с.
4. Богиня Д. П. Мотивація праці в ринковій економіці: проблеми теорії і практики : наук. вид. / Д. П. Богиня, Л. І. Долгова, Г. Т. Куліков та ін. – К. : Ін-т екон. НАН України, 1997. – 182 с.
5. Буковинська М. П. Мотиваційні аспекти корпоративного регулювання соціально орієнтованої економіки / М. П. Буковинська // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 5 (108). – С. 164-167.

6. Гавкалова Н. Теоретичні засади ефективного менеджменту персоналу / Н. Гавкалова // Україна: аспекти праці : наук.-екон. та суспільно-політ. журнал. – 2006. – № 7. – С. 17-22.
7. Мурашко М. І. Управління персоналом : навч. посіб. / М. І. Мурашко. – К. : Знання, 2004. – 280 с.
8. Попрозман О. І. Мотивація персоналу на підприємствах / О. І. Попрозман // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 9 (88). – С. 139-142.

Пилипенко Ірина Олександрівна – студентка групи МПОУ -18мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Лесько Олександр Йосипович** – к.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту ВНТУ, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Pylypenko Irina – student, faculty of management and information security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.

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

РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙ ТА УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ

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. Виявлено, що конфлікти, що відбуваються на підприємстві, призводять до зміни результативності підприємства та впливають на його внутрішнє середовище.

Ключові слова: комунікація, управління, персонал, менеджер, конфлікт, конфліктологія, організація.

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. It has been revealed that conflicts taking place at an enterprise lead to changes in the company's performance and its internal environment.

Keywords: communication, management, staff, manager, conflict, conflictology, organization.

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 погіршна коли організація повинна опрацьовувати велику кількість однорідних операцій.

Іншого популярною формою інформаційного менеджменту інформаційна система менеджменту (ICM). ICM збирає дані, організовує і систематизує їх у формі, зручній для менеджерів, а також забезпечує цих менеджерів інформацією, яка потрібна їм для роботи. ICM 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 ICM. 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].

Функціонування будь-якого підприємства в умовах ринкової економіки важко уявити без врахування ним дій своїх конкурентів на предмет займаної ними частки ринку, ціни товару, якісних та кількісних характеристик інших атрибутів конкуренції. Аналізуючи середовище, в якому функціонує підприємство, своїх конкурентів, свої можливості тощо, кожне підприємство обирає

такий спосіб організації виробництва, який забезпечить йому певні конкурентні переваги та зробить підприємство та його продукцію конкурентоспроможними.

Як відомо, одним із факторів, що впливає на конкурентоспроможність підприємства, є система та методи управління ним, що може впливати на формування таких конкурентних переваг, як ефективні стратегії розвитку та функціонування, висока кваліфікація персоналу тощо. Крім того, наявність кваліфікованого персоналу є однією із необхідних умов для створення та утримання конкурентних переваг.

Як відомо, управлінці доволі багато часу затрачають на управління конфліктами. Однак було б не коректно говорити, що управління конфліктами вимагає лише часу. Безумовно управління конфліктами є затратним процесом у грошовому чи іншому кількісному вираженні з тих причин, що час, витрачений на управління конфліктами міг би бути використаний для управління іншими процесами та явищами, і, крім того, сам процес управління конфліктами вимагає додаткових витрат. Крім зазначених наслідків, конфлікт може порушити ефективну взаємодію між працівниками, групами працівників, відділами тощо, створюючи зайве емоційне напруження, може призвести до зниження продуктивності праці, врешті-решт призвести до прямих втрат через зниження обсягів виробництва, обсягів збуту, і, як результат, до зниження рівня прибутку та рентабельності.

Виявлення причин конфлікту є одним із перших завдань при побудові схеми управління конфліктами загалом чи окремим конфліктом зокрема. Зрозуміло, що причин конфліктів існує безліч. Однак якщо сконцентруватись на деяких причинах, а саме: взаємозалежність завдань; суперечливі завдання; неправильний розподіл ресурсів; неефективна система мотивування; недосяжні цілі тощо, – то можна зробити один дуже важливий висновок: усі ці причини прямо чи опосередковано пов'язані із керуючою системою організації, яка за умов існування цих причин не змогла віднайти ефективні методи управління підприємством.

Адже власне керівники здійснюють управління організацією і реалізують процеси планування, організування, мотивування, контролювання та регулювання. Безумовно, конфлікти, що породжуються цими причинами, та й саме існування цих причин послаблюють внутрішнє середовище підприємства, а відтак, послаблюють його конкурентоспроможність [6].

Способи управління конфліктною ситуацією можна розділити на дві категорії: структурні і міжособистісні. Керівникам не слід вважати причиною конфліктних ситуацій просте розходження в характерах. 8 Конфлікт означає незгоду сторін, при якому одна сторона намагається домогтися прийняття своїх поглядів і перешкодити іншій стороні зробити те ж саме.

Потрібно управляти розвитком і розв'язанням конфліктів, належним чином діагностуючи динаміку розвитку конфлікту і виробляючи стратегію дій у конфліктній взаємодії. Потенційні причини конфлікту - спільно використовувані ресурси, взаємозалежність завдань, розходження з метою, розходження в сприйняттях і цінностях, розходження в стилі поведінки і біографіях людей, а також погана комунікація. Дотримання певних рекомендацій допоможе конфліктуючим сторонам запобігти конфліктній ситуації, а якщо вони відбулися, то знайти оптимальний вихід з конфлікту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Андрушкін Б.М., Кузьміно О.Є. Основи менеджменту. - Львів: Світ, 2016.-296 с.
2. Вершигора К.Е. и др. Основы управления. - Минск: Высшая школа, 2015.-232 с.
3. Виханский О.С., Наумов Л.И. Менеджмент: Учебник, 3-е изд. - М.: Гордарики, 2015. - 528 с.
4. Томан Іржі. Мистецтво говорити. - Київ., 2012.
5. Дейл Карнегі. Учись виступати публічно і впливати на широке коло людей. - К., 2014.
6. 1. Гришина Н. В. Психологія конфлікту. - К.: Либідь, 2000. – 258с. 2. Кравченко О.П. Погляд конфліктолога на онтосинтез конфлікту./ О.П.Кравченко // Соціологічні дослідження. - 2004. - №9. - С.103-112. 3. Казаков В. Соціальний конфлікт: проблема визначення / В. Казаков // Соціол.: теорія, методи, маркетинг. — 2014. — № 3. — С. 156-166.

Поляруш Ольга Володимирівна – студентка групи МПОУ-18мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, polyarush1997@gmail.com.

Науковий керівник: *Лесько Олександр Йосипович* – к.е.н., доцент, професор, завідувач кафедри економіки промисловості та виробничого менеджмента, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Polyarush Olga V. – Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Supervisor: *Lesko Alexander Y.* - Cand. Ec.. Professor, Head of the Department of Economics of Industry and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsya

ПІДГОТОВКА КАДРІВ В УМОВАХ РИНКУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті обґрунтовано особливості підготовки кадрів в умовах ринку. Наведено методи формування кадрового резерву та оцінки кандидатів.

Ключові слова: підготовка кадрів, кадровий резерв, персонал, ринкові умови.

Summary

The article substantiates the peculiarities of personnel training in market conditions. Methods of forming a staff reserve and assessing candidates.

Key words: personnel training, personnel reserve, personnel, market conditions.

Вступ. Сучасний етап політичного і економічного розвитку не може обійтися без енергійних, творчо мислячих керівників, що вміють аналізувати ситуацію, чітко формувати цілі та виявляти альтернативи, володіти методами їх об'єктивної оцінки, брати на себе відповідальність в складних ситуаціях. Від керівника на етапі проведення радикальних економічних реформ в умовах ринкової економіки вимагається переосмислення шляхів розвитку економіки і створення цілісного господарського механізму. Підбір, навчання і виховання кадрів - одна із основних проблем наукового управління економікою. Цього ланки елементу управлінської системи, тому в роботі з кадрами керівнику необхідно притримуватися чіткої, продуманої лінії.

Основна частина. Підготовка кадрового резерву є доволі складним процесом, що потребує постійної уваги з боку першого керівника організації, служби персоналу на всіх етапах формування резерву. Складність формування резерву працівників полягає в небажанні керівників структурних підрозділів організації зараховувати перспективних фахівців до резерву через побоювання замінити кращого працівника на свого потенційного конкурента, у визначенні оптимальної для організації чисельності резервістів, а також з оцінюванням потенціалу кандидатів до кадрового резерву.

Формування кадрового резерву має починатися з розробки положення про роботу з кадровим резервом в організації. У положенні визначається перелік ключових посад, на які організація хоче мати підготовлений кадровий резерв. Цей перелік включає насамперед посади керівників, що мають вплив на конкурентоспроможність організації та досягнення нею стратегічних цілей. До ключових належать посади першого керівника, його заступників, керівників філіалів та структурних підрозділів. На кількість і структуру ключових посад впливають розміри та специфіка діяльності організації. У великих корпораціях їх чисельність може становити від 20 до 250 осіб.

Однак кадровий резерв організації не обмежується лише ключовими посадами керівників на вищому та середньому рівнях управління. Ефективному функціонуванню підприємства сприяє також включення до кадрового резерву керівників низового рівня управління, професіоналів провідних підрозділів з хорошою підготовкою та потенціалом для горизонтального кар'єрного зростання.

З метою вивчення й оцінювання претендентів доцільно використовувати професійні стандарти, профілі професійної компетентності посад, професіограми і психограми. Вони мають містити вимоги до організаторських здібностей, здатності до навчання й розвитку, нервово-психічної адаптивності, стресостійкості, комунікабельності та інших особистісних якостей, знань у сфері економіки й управління, права, психології, соціології, умінь, навичок, що необхідні працівникові для ефективно роботи на посаді керівника.

У США підготовка управлінських кадрів як самостійна галузь освіти виникла ще в 1881 р., коли при Паризькій торговельній палаті було відкрито першу у Франції Вищу комерційну школу. Тоді ж при Пенсільванському університеті була створена спеціальна школа підготовки управлінських кадрів,

нині кількість шкіл ділової адміністрації, або так званих шкіл бізнесу, приблизно 1100. Серед усіх шкіл бізнесу особливо високу репутацію у всьому світі мають дві. Це насамперед Школа ділової активності Гарвардського університету. Екзамени тут не влаштовуються, але проводяться попередні співбесіди, що тривають іноді три-чотири години, під час яких з'ясовуються питання про освіту кандидата, його розумові здібності, загальний розвиток тощо. Після співбесіди студент проходить випробування в одному із спеціальних бюро психологічних тестів. Наголос знову-таки робиться на розумових здібностях кандидата.

Другою відомою в США школою є Слоунська школа ділової адміністрації, котра виникла при Массачусетському технологічному інституті (з 1952 р. - самостійна). Методи викладання тут дещо відрізняються від методів Гарвардської школи бізнесу.

Якщо остання основну увагу приділяє діловим навичкам, готуючи власних спеціалістів-практиків, то Слоунська школа більше уваги приділяє теорії.

Навчальні програми щороку переглядаються. Причому здійснює це викладацький склад за участю спеціальної факультативної ради, до якої входять видатні бізнесмени. На різні курси цієї школи приймають, як правило, людей віком 30-40 років з діловою практикою не менше 15 років. Вік студентів дворічної школи та різноманітних тижневих курсів становить звичайно 40-50 років.

Вітчизняний досвід в цьому напрямі робить лише перші кроки. Сьогодні у нас відбувається процес поступового, складного реформування державної системи підготовки й перепідготовки управлінських кадрів (менеджерів для народного господарства). Поряд з тим стихійно, але активно формується система приватної підготовки менеджерів через створення та функціонування різноманітних шкіл і курсів бізнесу. В цьому напрямі робота ще тільки розпочинається.

Висновки. Проблеми підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації робітничих кадрів, здатних конкурувати в умовах ринкових відносин набуває особливої актуальності. Сучасне виробництво пред'являє все більш жорсткі вимоги до професійних якостей виробничих кадрів. Підприємство – це не лише колективний інструмент, а й мініатюрне суспільство. Його можна уявити одночасно у вигляді штучної (адже воно створено людиною) та природної системою. Як кожна природна система, підприємство має здатність до еволюції. Однією з вирішальних частин цієї здатності є людські ресурси.

Важливий крок у процесі забезпечення організаційної системи відповідними її профілю людськими ресурсами є відбір кандидатів, що являє собою вибір з усієї підбраної групи індивідуальних працівників для наступного найму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Воронкова В.Г. Кадровий менеджмент: Навчальний посібник. – К.: ВД “Професіонал”, 2004. – 192 с.
2. Виханський О.С. Стратегічне управління: Підручник. М.: Гардарики, 2005. 296 с.
3. Кадроведіловодство: Методичний посібник. - Дніпропетровськ: Баланс-клуб, 2014. - 112 с.
4. Колот А. М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу: Навчальний посібник. - Київ: КНЕУ, 2013. - 224 с.
5. Кібанов А.Л. Управління персоналом організації. М.: ИНФРА-М., 2010-572 с.
6. Управління персоналом: навч. посіб. / А.О. Азарова, О.О. Мороз, О.Й. Лесько, І.В. Романець; ВНТУ, - Вінниця: ВНТУ, 2014 р.

Сельська Інна Вікторівна – студентка групи МПОУ-18мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: innaselska@gmail.com

Лесько Олександр Йосипович – канд. ек. наук, доцент, завідувач кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м.Вінниця.

Selskaya Inna V. – Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: innaselska@gmail.com

LeskoOleksandrYo. — Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor, Head of the Chair of Economics Enterprise and Production Management.

Управління конфліктами в організації

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті визначено сутність поняття «конфлікт». Підкреслено важливість управління конфліктами в організації. Розглянуто причини виникнення конфліктів в організації та методи їх вирішення.

Ключові слова: конфлікт, управління конфліктами.

Abstract

The article defines the essence of the concept of "conflict". The importance of conflict management in the organization is emphasized. The causes of conflicts in the organization and methods of their resolution are considered.

Keywords: conflict, conflict management.

Донедавна, існувала думка про те, що конфлікти в організації - це небажана річ, їх необхідно уникати, а коли вони все ж таки з'явилися, то швидко гасити на ранній стадії, не даючи змоги для їх подальшого розвитку. Конфлікти завжди асоціюються із негараздами, суперечками, ворожістю, боротьбою та не мають позитивних ознак, проте сучасна школа менеджменту зазначає, що конфлікти, незважаючи на негативні риси, можуть мати і позитивне значення - сприяти рухові організації вперед. У деяких ситуаціях конфлікт корисний для організації тому менеджери свідомо їх провокують.

Термін "конфлікт" для організації можна визначити як джерело творчої енергії, якою необхідно правильно управляти, тобто вміти спрямовувати її у бажане русло. Створення конфлікту - це дуже тонка річ, яка вимагає мистецтва управління, вміння маневрування в ситуаціях, чітко уявляти кінцеву мету, розвиненого почуття моральності [1].

Однак, некерований конфлікт в організації, може привести до конфронтації (стан коли структурні підрозділи організації або члени колективу перестають спілкуватися та співпрацювати один з одним). В кінцевому результаті така ситуація може призвести до деградації колективу та організації в цілому.

Цілком справедливим є визначення: конфлікт може як зруйнувати організацію, так і згуртувати її. Отже, менеджеру потрібно вміти контролювати конфлікти та управляти ними. Наявність ефективної системи управління конфліктами, дозволить не лише уникати їх негативного впливу, але й направити їх на благо організації. Актуальність теми управління конфліктами в організації обумовила написання даної статті.

Чимало уваги вивченню конфліктних ситуацій та їх подоланню приділяють такі українські вчені: Н.Грішина, О.Донченко, В.Воронкова, А.Ішмуратов, М.Пірен, Т.Титаренко, Н.Чепелева. Питання, пов'язані з вирішенням корпоративних конфліктів, частково висвітлювали такі вітчизняні вчені-правознавці: Г.Аболонін, С.Алексєєв, В.Грибанов, Н.Кузнецова, О.Курбатов, С.Могилевський, А.Пилипенко, В.Попов, Ю.Тихомиров, О.Янкова та інші, а також науковці в галузі конфліктології: Г.Ложкін, Н.Пов'якель, М.Цюрупа та інші.

Конфлікт - це відсутність згоди між двома або більше сторонами. Менеджер відповідно до своєї ролі, звичайно перебуває в центрі будь-якої конфліктної ситуації в організації, а також покликаний вирішувати її всіма доступними йому способами. Керування конфліктом є однією з найважливіших функцій менеджера [2].

Управління конфліктами - це цілеспрямований вплив, з усуненням причин, що вплинули на корекцію поведінки учасників конфлікту [1].

Важливим аспектом для управління конфліктами в організації є визначення причин конфлікту. Основними причинами конфлікту в організації є [3]:

- 1) Несхожість уявлень працівників про конкретну ситуацію та цінності;
- 2) Розподіл обмежених ресурсів. Як відомо, ресурси в організації обмежені, керівництву складно вирішити як правильно розподілити ресурси (людські, матеріальні, фінансові), для досягнення цілей організації. Якщо частину ресурсів виділити певному керівнику, працівнику чи групі, то інші працівники отримають значно меншу частину ресурсів, тому розподіл ресурсів дуже часто призводить до виникнення конфлікту;
- 3) Відмінності життєвого досвіду та манері поведінки;
- 4) Несхожість, розбіжність у цілях. Кожен підрозділ організації має свої цілі та завдання, яким вони можуть приділяти більше уваги, ніж досягненню цілей організації;

5) Неефективне передавання інформації, передавання неправильної інформація. Якщо керівництво не в змозі довести до відома підлеглих про певні зміни в організації та їх доцільність, підлеглі можуть відреагувати таким чином, що виникне конфлікт між керівництвом та підлеглими;

6) Взаємозалежність завдань. Організація – це система, усі елементи якої взаємопов'язані між собою, невідповідна робота одного із підрозділів або працівників призводить до поганої роботи всієї системи, саме тому взаємозалежність завдань може стати причиною конфлікту;

7) Працівники з підвищеним потенціалом конфліктності. Основні риси «конфліктних особистостей» [4]:

- Прагнення завжди бути в центрі уваги (спеціальна ініціація суперечок, демонстративність);
- Завищена самооцінка: некритичне ставлення до себе (злопам'ятність, небажання рахуватись з іншими працівниками, образливість);
- Імпульсивність (підвищена емоційність, яка переходить в агресивність, непередбачувана поведінка);
- Підозрілість та недовірливість (лояльне ставлення до себе, проте підвищена вимогливість до інших);
- Прагнення усім допомагати («не висовуватись», не мати власної позиції) така поведінка також може викликати конфлікт.

Методи управління конфліктами можна поділити на дві категорії: структурні і міжособистісні.

Структурні методи:

- Детальне роз'яснення вимог до виконання робіт;
- Активне використання інтеграційних та координаційних механізмів (через ієрархію посадових осіб, підрозділи, служби тощо);
- Визначення цілей організації з метою спрямування зусиль працівників на досягнення загальної єдиної мети;

Американські фахівці К.Томас і Р. Кілменн виділяють 5 основних міжособистісних способи вирішення конфліктів [5]:

- ухилення (уникнення) – цей спосіб полягає у тому, що менеджер намагається відійти від конфлікту. Такий менеджер намагається уникати ситуацій, які можуть спровокувати виникнення суперечностей і обговорення питань, що викликають незгоду;
- пристосування – даний спосіб схожий на уникнення, проте головною відмінністю є те, що менеджер діє разом з конфліктуючою стороною і намагається робити те, що хоче опонент, для якого результат справи є суттєвішим ніж для менеджера;
- примус (конкуренція) – у межах цього стилю менеджер не цікавиться думкою інших, поводить себе агресивно, а для впливу на інших використовує владу примушування;
- компроміс – цей метод характеризується прийняттям погляду іншої сторони, але лише до певної міри;
- розв'язання проблеми (співпраця) – даний спосіб характеризується визнанням розбіжностей у поглядах і готовністю ознайомитись із іншими, для того щоб зрозуміти причини конфлікту та знайти вихід, який буде прийнятним для всіх сторін конфлікту.

Отже, знання про виникнення, механізми розвитку конфліктів та їх вирішення дуже важливі в практичній роботі менеджера будь-якого структурного підрозділу організації. Отримані знання допомагають менеджеру своєчасно виявити конфлікт і правильно оцінити ступень його розвитку, а також швидко врегулювати розбіжності між конфліктуючими сторонами. Правильний вибір методу врегулювання конфлікту в організації забезпечить збереження нормальної соціально-психологічної атмосфери в колективі, підвищить продуктивність праці та результативності діяльності організації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Воронкова В. Г. Кадровий менеджмент: Навчальний посібник. – К.:ВД «Професіонал», 2004.- 192с.
2. Лесько О. Й. Етика ділових відносин : навч. посібник / Лесько О. Й., Прищак М. Д., Залюбівська О. Б., Рузакова Г. Г. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 320 с.
3. Дубодєлова, А. В Організаційні конфлікти: особливості, причини виникнення, типологізація/ А. В. Дубодєлова // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2010. – № 668 : Проблеми економіки та управління. – С. 258-262.
4. Мацко Л. А. Основи психології та педагогіки : навч. посібник для студентів заочної форми навчання / Мацко Л. А., Прищак М. Д., Годлевська В. Ю. – Вінниця : ВНТУ, 2009. – 158 с.

5. . Мацко Л. А. Основи психології та педагогіки : навч. посібник / Мацко Л. А., Прищак М. Д. – Вінниця : ВНТУ, 2009. – 158 с.

Сікорська Лілія Володимирівна - студентка групи МПОУ -18мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Лесько Олександр Йосипович** – к.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту ВНТУ, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

SikorskaLiliia V.-student, faculty of management and information security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.

Supervisor: **LeskoOleksandrYo.**– Cand. Sc. (Econ.), Assistant Professor, Head of the Chair of Economics Enterprise and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ПРИЙОМУ НА РОБОТУ ПРАЦІВНИКІВ

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

В цій роботі розглянуті основні засади вибору працівника на вакантну посаду.

Ключові слова: наймання на роботу, відбір кадрів, методи прийому на роботу, етапи підбору персоналу.

Abstract

In this paper, the main means of selectiong employees for a vacant are considered.

Keywords: hiring to work, selection of frames, methods of recruting, stages of recruitment.

Наймання на роботу – це ряд дій, спрямованих на залучення кандидатів, які володіють якостями, необхідними для досягнення цілей, поставлених організацією.

Джерела залучення персоналу:

1. Внутрішні – перерозподіл завдань, просування по службових сходах [1].

Переваги внутрішніх джерел залучення персоналу: шанси для службового зростання; поліпшення соціально-психологічного клімату в організації; низькі витрати на залучення кандидатів; претендент на посаду що знає організацію і навпаки; збереження рівня оплати праці в організації; швидка адаптація; зростання продуктивності праці; підвищення мотивації; зниження плинності кадрів та ін.

Недоліки внутрішніх джерел залучення персоналу: обмежені можливості для вибору кадрів; напруженість і суперництво в колективі; зниження активності.

2. Зовнішні – наймання нових працівників.

Переваги зовнішніх джерел залучення персоналу: більш широкі можливості вибору; нові імпульси для розвитку організації; менша загроза виникнення інтриг в організації і та ін.

Недоліки зовнішніх джерел залучення персоналу: більш високі витрати на залучення кадрів; погіршення соціально-психологічно гоклімату в організації серед тих, хто давно працює в організації; ступінь ризику при проходженні випробувального терміну; тривалий період адаптації та ін.

Відбір кадрів – система заходів, щосприяють формуванню такого складу персоналу, кількісні і якісні характеристики якого відповідали б цілям і завданням підприємства (пошук працівника під вимоги посади) [2].

Підбір кадрів – пошук людей на визначені посади з урахуванням встановлених вимог (пошук підздібності й досвід людини), тобто це пошук, ідентифікація вимог різних посад, видів діяльності під відомі можливості людини (вік, здоров'я, рівень освіти та ін.)

Критерії відбору персоналу:

1. Формальні – вимоги до переліку документів, які людина подає (особиста заява, документ, що засвідчує особу, трудова книжка, документ про освіту та ін.) і обмеження, наприклад, для державних службовців - не займатися підприємницькою діяльністю, не приймати подарунки та ін [3].

2. Соціальні – відомості про вік, стан здоров'я, володіння державною мовою та ін.

3. Професійно-кваліфікаційні – сукупність вимог до профілю, рівня професійної освіти, стаж, досвід роботи та ін.

Етапип рофесійного відбору персоналу. Професійний відбір кадрів на підприємстві є одним з найважливіших етапів підбору персоналу і включає такі етапи:

- створення кадрової комісії;
- формування вимог до робочих місць;
- оголошення про конкурс у засобах масової інформації;
- медичне обстеження здоров'я і працездатності кандидатів;
- аналіз захоплень і шкідливих звичок кандидатів;
- комплексна оцінка кандидатів за рейтингом і формування кінцевого списку;
- висновки кадрової комісії що до вибору кандидатури на вакантну посаду;
- затвердження на посаді, укладання контракту;

- оформлення і здача у відділ кадрів документів кандидата.

Перелік типових документів для прийому й оформлення на роботу на підприємстві: листок з обліку кадрів; особиста заява про прийом на роботу; трудова книжка; рекомендаційний лист (характеристика); копія документа про освіту; фотографії співробітника; бізнес-план роботи на посаді (для керівника) [4].

Після аналізу комплексної оцінки потенціалу та якостей кандидата і позитивного вирішення керівником підприємства питання про прийом на роботу у відділі кадрів оформляється решта документів: наказ про прийом на роботу; контракт співробітника; посадові інструкції; договір про повну матеріальну відповідальність (для матеріально-відповідальних осіб); акт прийому-передачі робочого місця (матеріальних цінностей).

Існує регламент «Порядок прийому персоналу на підприємстві», який вказує за скільки днів, який етап відбору здійснюється.

Методи прийому на роботу

Співбесіда з наймачем має вирішальне значення при прийомі на роботу. Важливо до неї серйозно підготуватись і знати відомі методи.

Британський метод заснований на особистій бесіді членів кадрової комісії з кандидатом. Задаються питання стосовно роду, традицій сім'ї і місця, де отримана освіта.

Німецький метод базується на попередній підготовці кандидатами значної кількості документів з обов'язковими письмовими рекомендаціями відомих учених, керівників, політиків. Експертна комісія аналізує всі документи. Влаштування на роботу – досить складна справа [5].

Американський метод зводиться до перевірки інтелектуальних здібностей, психологічного тестування з використанням комп'ютерів і спостереження за кандидатами в неформальній обстановці (уїк-енд, презентація).

Висновки

Визначено джерела залучення персоналу, які поділяються на зовнішні і внутрішні. Визначено: відбір кадрів, критерії відбору персоналу, етапи професійного відбору персоналу та методи прийому на роботу. Отже охарактеризовано основні складові прийому на роботу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Громова О.Н., Мішин В.М., Свистунов В.М. Організація управлінської праці М., 2010 р.
2. Козлов В.Д. Управління організацією М., 2009 р.
3. Кибанов А.Я. Управління персоналом організації М., 2008р.
4. Коханов Є.Р. Відбір персоналу і введення в посаду М., 2009 р.
5. Кравченко А.І. Трудові організації: структура, функції, поведінка М., 2010 г. с. 196

Фомич Наталія Іллїна – студента групи МПОУ – 18мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет м. Вінниця.

Науковий керівник: **Лесько Олександр Йосипович** – к. е. н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту ВНТУ, Вінницький національний технічний університет м. Вінниця.

Fomish Natalia I. – student, faculty of management and information security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.

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

О.О. Адлер
Т.В.Майборода

АМБІЄНТ-МАРКЕТИНГ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті обґрунтовано визначення *ambient*-маркетингу. Наведено його основні переваги й недоліки. Досліджено перспективи розвитку в Україні.

Ключові слова: *ambient*-маркетинг, реклама, споживач, комунікації.

Abstract

The article substantiates definition of external marketing is substantiated. His main advantages and disadvantages are presented. Prospects of development in Ukraine are considered.

Keywords: ambient marketing, advertising, consumer, communications.

Постановка проблеми. З розвитком інноваційних технологій вартість реклами збільшується, а її ефективність не завжди себе оправдовує. В наш час рекламу можна зустріти будь-де. Звичайний мешканець міста за день зустрічає близько 1,5-2 тисяч рекламних оголошень і ця кількість невпинно зростає. В цих умовах традиційною рекламою складно зацікавити споживача. Ось чому використання нестандартних форм маркетингового впливу набуває важливого значення. Одним із таких форм підвищення конкурентоспроможності товару є *ambient marketing*, як різновид «партизанського» маркетингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями такого виду маркетингу займалися такі науковці як Д. Аакера, І. Альошьюна, О. Ахманова, Л. Балабанової, Р. Батра, І. Вікентьевої, А. Дейян, О. Зарецької, Ф. Котлера, Дж. Майерса, Ю. Макогона, Г. Почепцової, Т. Примака, Є. Ромата, М. Румянцевої, Г. Савіної, О. Сохацької, Е. Тарасової, Є. Уткіної. У працях цих науковців детально розглянуто питання «партизанського» маркетингу, проте недостатньо розкрито інноваційні засоби, як ось ембієнт-маркетинг.

Метою роботи є ознайомлення з нестандартним видом реклами, яким є ембієнт-маркетинг, оцінка негативних та позитивних сторін цього явища, визначення перспективи розвитку на ринку реклами в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. *Ambient*-маркетинг з англійської дослівно означає - зовнішні (навколишні) засоби масової інформації. Вперше термін *ambient marketing* озвучило Британське агентство Concord Advertising в 1996 році [1]. Принцип ембієнт-маркетингу досить простий – рекламна інформація інтегрується у навколишнє середовище споживача, тобто розташовується в несподіваних місцях. Така нетрадиційна реклама стимулює сильний емоційний відгук у потенційного споживача і породжує бажання спробувати товар або послугу.

Маркетологи дослідили, що кожний продукт – це на 15% технологія, а на 85% - чистий маркетинг [2]. *Ambient-marketing* дозволяє: звернути увагу споживача на торгову марку; покращити рівень лояльності; виділити марку на фоні конкурентів; цілеспрямовано впливати на споживчу аудиторію; здійснити ефект несподіванки.

Консалтингова компанія Intelligence запропонувала класифікацію типів нестандартних носіїв, складену британським outdoor-оператором Concord, до них належать [3]:

1. Роздрібна торгівля: торгові центри, місця для паркування, супермаркети, пошта, пункти харчування типу «фаст-фуд». Реклама на возиках, реклама на квитках, реклама на кришках для їжі «з собою», стенди для листівок, реклама на підлозі, реклама на пакетах.

2. Відпочинок: кінотеатри, стадіони, бари, клуби і ресторани, фітнес-клуби, концертні майданчики, реклама на підставках під пивні кружки.

3. Подорожі: метро, залізниця, автобуси, автобусні зупинки, автозаправні станції та пункти автосервісу, аеропорти, реклама на перегородках у місцях паркування автотранспорту, реклама на квитках.

4. Освітні заклади: школи, університети та коледжі.

5. Суспільство: дитячі та спортивні площадки і майданчики.

6. Бізнес-середовище: громадські заклади, фасади офісних будівель.

Потрібно пам'ятати при цьому, що основою відмінністю Ambient-marketing є їхня оригінальність, що і залучає до себе увагу. Наведу приклади успішних рекламних акцій.

Відомий миючий засіб Mr. Proper використовував звичайний пішохідний перехід, зробивши одну з його смужок значно більшою, як на рис.1.



Рис.1. Реклама миючого засобу Mr. Proper

А відомий фаст-фуд Макдональдс зобразив упаковку картоплі-фрі теж як пішохідні смуги (рис.2). Така реклама точно не залишиться непоміченою, адже кожен, переходячи дорогу, дивиться під ноги.



Рис.2 Реклама Макдональдс

Під час реклами батарейок компанії Дюрасел навпроти ескалатора на підлозі був розміщений плакат. На ньому зображений псевдо люк, в якому видніються батарейки цієї фірми, як зображено на рис.3.



Рис.3. Реклама батарейок Дюрасел

Відомий варіант креативної реклами - реклама з використанням каналізаційних люків. Наприклад реклама праски фірми Бош - каналізаційний люк був частиною малюнка підшви праски. Пар, що виходить із люка був частиною інсталяції (рис.4).



Рис.4. Реклама праски фірми Бош

Компанія IWC рекламує свої годинники прямо в автобусі за допомогою спеціальних стилізованих ручок. Людина, яка тримається за одну з них, ставить руку так, ніби на неї одягнений годинник. Виглядає кумедно, а головне кожний, хто тримався за поручень, обов'язково зверне увагу на годинники. Втім що казати, гляньте самі на рис. 5.



Рис.5. Реклама годинників IWC

До основних переваг ембієнт реклами хотілося б віднести:

- органічність та ненав'язливість з якою реклама вписується в навколишнє середовище;
- невисока вартість, особливо це доцільно при малих бюджетах на рекламу;
- несподіваність та відчуття сюрпризу у споживача при контакті з таким об'єктом, на огляд якого він готовий витратити більше часу, а не як на звичайну рекламу 3-4 секунди.

Проте, як і будь-якому явищу, ебмієнт-рекламі притаманні й недоліки. Основна перевага з часом може стати головним недоліком – через те що об'єкти доцільно вписуються в навколишнє середовище, розташована на них реклама може злитися і не буде сприйматися аудиторію. До мінусів можна також віднести суперечливість використання деяких каналів комунікації. Наприклад, та сама реклама на асфальті. Тут на противагу дешевизні та великому потоку аудиторії стоять кліматичні умови, щільність пішохідного переходу. Або ж врахувати думку, що носій інформації, по-якому «ходять ногами» принижує товар або послугу.

Як видно з прикладів, ambient-маркетинг часто вимагає певних погоджень із міською владою. А це додаткові витрати нервової системи і коштів. Більше того, ambient маркетинг хоч і розважає, і привертає до себе увагу, скоріше є іміджевою рекламою, але не варто чекати від нього грандіозного збільшення обсягів продажів.

Поки що в Україні ambient не є популярним видом медіаіндустрії. Існують дві причини того. Перша полягає в тому, що агентства не повністю володіють цим інструментом, а клієнти не вміють оцінювати ефективність цього носія. Друга причина – відсутність сміливості взяти на себе ризик і використовувати для кампанії нові медіа носії. Український медіаринок більш схильний до традиційного [3].

Висновки. Нестандартні засоби маркетингових комунікацій – це найкращий спосіб прориву на сучасний український ринок, створення іміджу бренду та лояльності з боку покупця. Слід зазначити, що в Україні склалася сприятлива ситуація для виходу на рекламний ринок з ідеями ambient media. По-перше, традиційні медіа-носії настільки приїлися споживачеві, що він перестає помічати навіть креативні новації в самих рекламних закликах. По-друге, ринок ambient media абсолютно не зайнятий і тільки зароджується. Однак, щоб уникнути ризиків, кампанію слід добре продумати. Врахувати всі позитивні і негативні сторони ambient media в тій чи іншій ситуації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Amiee J. Shelton. Ph.D, Łukasz P. Wojciechowski, Ph.D, Jamie Warner. Ambient marketing practices in the US: A professional view (англ.) // Communication Today. — 2016. — Vol. Vol. 7, no. 1. — P. 70.
2. Л. Макаренко Нестандартний маркетинг [Електронний ресурс] – Режим доступу – <http://prybutok.com.ua>
3. Гладченко А. Что такое ambient media? [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://biztimes.ru/index.php?artid>

Адлер Оксана Олександрівна - канд. техн. наук, доцент кафедри економіки промисловості і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м.Вінниця.

Майборода Тетяна Валеріївна - студентка групи МОв-15б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, email: fm.3mo15.mayboroda@gmail.com

Adler Oksana O. - Cand. Sc. (Eng), Assistant Professor of Economics Industry and Industrial Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Mayboroda Tatiana V. student, faculty of management and informational security, Vinnytsa National Technical University, Vinnytsa, email:fm.3mo15.mayboroda@gmail.com

ЕКСПОРТ ТОВАРІВ З УКРАЇНИ: ЗМІНА ОРІЄНТИРІВ, ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто практичні результати експортної діяльності вітчизняних підприємств за 2012-2018 роки, виявлено тенденції розвитку, сформульовано проблеми та зроблено відповідні рекомендації.

Ключові слова: експорт товарів, експортна діяльність, географічна структура експорту товарів.

Abstract

The practical results of export activity of domestic enterprises are considered for 2012-2018, progress trends are educed, problems are set forth and corresponding recommendations are done.

Key words: export of commodities, export activity, regional pattern of export of commodities.

Вступ

Однією із проблем, з якими все з більшою гостротою стикаються вітчизняні підприємства, є посилення конкуренції на всіх вітчизняних та закордонних ринках, що пояснюється як стрімким розвитком глобалізаційних процесів, так і вступом з 1.09.2017 р. у дію у повному обсязі договору про асоціацію України з ЄС. Успішне розв'язання даної проблеми, особливо в питаннях збільшення експорту продукції вітчизняних підприємств, неможливе без якісної перебудови державної зовнішньоекономічної політики, впровадження в управлінні підприємствами концепції міжнародного маркетингу тощо [1]. Тому, не дивлячись на значну кількість досліджень з даної тематики, актуальність обраної теми досліджень не викликає сумнівів.

Метою даної роботи є аналіз результатів експортної діяльності вітчизняних підприємств та розробка рекомендацій з їх покращення.

Результати дослідження

Як відомо, експорт товарів – це спеціальний митний режим, який характеризується вивезенням тих чи інших товарів за митний кордон країни з основною метою – реалізація їх на зовнішньому ринку і отримання додаткових прибутків. Збільшення експорту товарів свідчить про те, що в країну надходить додаткова валюта, продукція вітчизняних підприємств є конкурентоспроможною тощо [2].

Нами було проведено аналіз динаміки зміни обсягів експорту продукції вітчизняними підприємствами протягом 2012-2018 років за географічною ознакою, до якої належать країни СНД, Росія, країни Європи, ЄС, Азії, Африки та Америки. Основні результати проведених досліджень наведено в таблиці 1 [3] та показано на рис. 1.

Таблиця 1 – Експорт товарів з України (млрд доларів США)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Експорт товарів	68,8	63,2	53,9	38,1	36,4	43,3	47,3
тому числі:							
до країн СНД	25,3	22,08	14,9	7,8	6,03	6,9	7,03
з них – до Росії	17,6	15,1	9,8	4,8	3,6	3,9	3,7
до країн Європи	17,4	17,06	17,1	13,3	13,8	17,9	20,6
з них – до ЄС	17,1	16,8	17,0	13,0	13,5	17,5	20,15
до країн Азії	17,7	16,8	15,4	12,4	11,8	12,9	13,75
до країн Африки	5,6	5,1	5,1	3,8	3,9	4,0	4,1
до країн Америки	2,6	2,2	1,4	0,8	0,7	1,2	1,6

Аналіз інформації, наведеної в таблиці 1, показує, що за останні 8 років експорт продукції вітчизняними підприємствами знизився з 68,8 млрд доларів США до 47,3 млрд дол, тобто знизився на

21,5 млрд дол, або на 31,2%. Причому найбільше падіння експорту спостерігалось до 2016 року, після цього відбулося його незначне зростання.

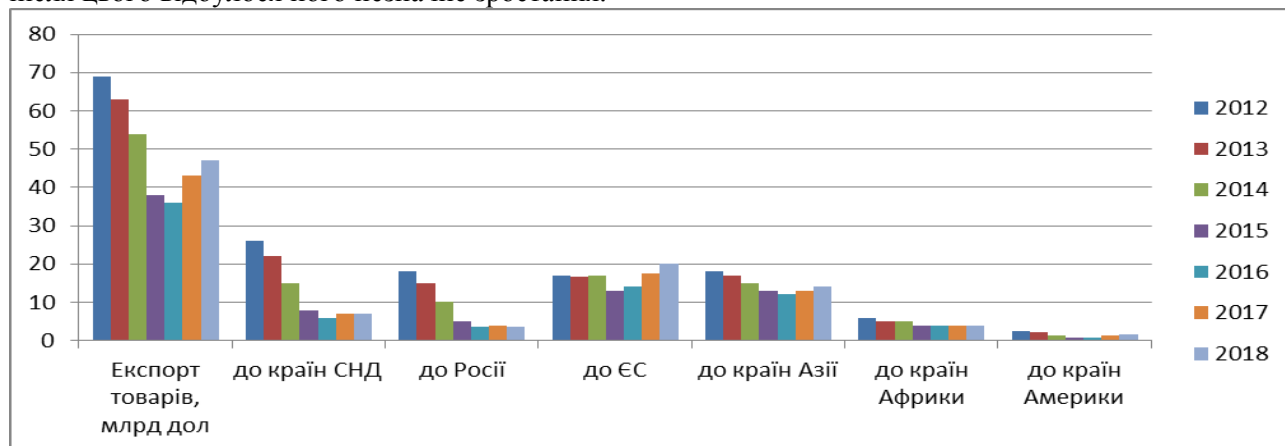


Рисунок 1 – Динаміка зміни експорту продукції вітчизняними підприємствами за 2012-2018 рр.

Заслуговує на увагу ситуація, що експорт продукції до країн СНД знизився з 25,3 млрд дол США до 7,03 млрд дол, тобто знизився на 18,27 млрд дол США, і в той же час експорт продукції до країн ЄС зріс з 17,1 до 20,15 млрд дол США або тільки на 3,05 млрд дол. Тобто від'ємне сальдо становить $18,27 - 3,05 = 15,22$ млрд дол. Тому перед вітчизняними підприємствами стоїть дуже складна задача якомога швидше знайти нові ринки збуту своєї продукції, компенсуючи тим самим втрату традиційних ринків СНД. Що ж стосується ринків країн Азії, Африки та Америки, то обсяги експорту продукції до цих країн практично не змінюються, а питома вага ринків Африки та Америки в експорті продукції є надто малою (3-5%) і не зможе компенсувати втрату традиційних ринків країн СНД.

Проаналізуємо також товарну структуру експорту продукції вітчизняних підприємств. Для аналізу візьмемо тільки один вид продукції: «експорт машин, обладнання та механізмів, експорт електротехнічного обладнання». Результати дослідження наведено в таблиці 2.

Таблиця 2 – Експорт машин, обладнання та механізмів, млрд дол США

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Машини, обладнання, механізми	7,026	6,975	5,65	3,94	3,64	4,27	4,66

Аналіз даних, наведених в таблиці 2, показує, що обсяги експорту машин, обладнання та механізмів вітчизняними підприємствами протягом 2012-2018 років постійно зменшуються: з 7,026 млрд дол США до 4,66 млрд дол США, тобто зменшилася на 2,4 млрд дол. Ця тенденція виглядає досить тривожною, що може свідчити про втрачання Україною свого науково-промислового потенціалу.

Висновки

Без кардинальних змін зовнішньоекономічної стратегії країни, без суттєвого покращення управління експортною діяльністю підприємств вітчизняним підприємствам важко буде зберегти свої конкурентні позиції на світовому ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Козловський, В. О. Основи зовнішньоекономічної діяльності : навчальний посібник. У 2-х частинах. Частина I /В. О. Козловський – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 142 с.
2. Козловський, В. О. Основи зовнішньоекономічної діяльності : навчальний посібник. У 2-х частинах. Частина II /В. О. Козловський – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 143 с.
3. Зовнішня торгівля товарами [сайт]. Режим звернення [http://www.ukrstat.gov.ua/]. Дата звернення: 20 лютого 2019 року.

Козловський Володимир Олександрович – к.е.н., доцент, професор кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: V@Vin.UA або Kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua

Kozlovskiy Volodymyr Oleksandrovych – Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Enterprise Economics and Production Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsya, e-mail: V@Vin.UA or Kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто теоретичні та практичні питання організації на підприємствах виробничої діяльності та розроблено рекомендації з підвищення ефективності управління цією діяльністю.

Ключові слова: виробнича діяльність, виробнича стратегія, оцінювання рівня організації виробничої діяльності на підприємстві.

Abstract

The theoretical and practical questions of organization are considered on the enterprises of productive activity and recommendations are worked out from the increase of efficiency of management this activity

Key words: productive activity, productive strategy, evaluation of level of organization of productive activity on an enterprise.

Вступ

В умовах, коли постійно змінюються зовнішні умови функціонування виробничих підприємств, посилюється конкуренція на всіх світових та регіональних ринках, прискорюються темпи науково-технічного прогресу тощо вітчизняні підприємства стикнулися з низкою проблем, розв'язання яких неможливо без якісної перебудови організації виробничої діяльності. Незважаючи на те, що проблемами ефективно організації виробничої діяльності на підприємствах займається багато зарубіжних та вітчизняних вчених, щоразу виникають все нові і нові питання, які потребують свого негайного і кваліфікованого розв'язання [1]. Тому актуальність обраної теми досліджень не викликає сумнівів.

Метою даної роботи є аналіз теоретичних і методологічних аспектів організації на підприємствах виробничої діяльності та управління цією діяльністю.

Результати дослідження

Під час проведення досліджень було доведено, що існує відмінність між поняттями виробнича та операційна діяльність, яка полягає у тому, що якщо виробнича діяльність передбачає виконання операцій з перетворення початкових матеріалів та сировини в готову продукцію (послуги) у виробничій сфері, то операційна діяльність – це виконання операцій в усіх сферах діяльності людини.

Детально були досліджені такі поняття, як принципи побудови виробничих систем та їх графічне подання у вигляді моделей. Зокрема було встановлено, що виробнича система – це система виробничої діяльності будь-якого підприємства, яка становить собою сукупність трьох взаємозалежних підсистем: підсистеми планування і контролю, переробної підсистеми та підсистеми забезпечення.

Було запропоновано класифікацію основних видів виробничих систем, розглянуто принципи їх побудови та зроблено їх детальний опис. Зокрема доведено, що всі виробничі системи можна класифікувати за характером виходу готової продукції, за ступенем відкритості, за об'єктом фокусування, за типом переробної системи і за характером руху матеріального потоку [2].

Було проаналізовано підходи авторів до означення поняття «виробнича стратегія», доведено значення необхідності розробки виробничої стратегії для підприємств, сформовано пріоритети, які потрібно враховувати при розробці виробничої стратегії, розглянуто основні види виробничих стратегій та дано їм характеристику [3]. Зокрема, запропоновано всі види виробничих стратегій класифікувати за трьома основними ознаками: а) за загальною орієнтацією виробництва (товарна, збутова та ринкова орієнтація); б) за орієнтацією виробництва на попит (повне задоволення попиту,

задоволення поточного попиту, задоволення попиту на мінімальному рівні); в) за орієнтацією на обсяг виробництва (вирівнювання потужностей, гонитва за попитом).

Для оцінювання рівня організації виробничої діяльності запропоновано використовувати комплексний показник, що визначає рівень досягнення мети виробничої системи та рівень досягнення кожної із часткових цілей, які були поставлені відповідно як перед підприємством, так і перед кожним його підрозділом (підсистемою). При цьому доведено, що якщо кожна із підсистем на високому рівні буде виконувати поставлені часткові цілі, то і рівень досягнення мети, яка була поставлена перед виробничою системою в цілому, також буде високим [4].

Практичну частину роботи було виконано на виробничому підприємстві «Торгтехніка», яке займається виготовленням гофрокартону та гофротари. Встановлено, що підприємство стабільно забезпечує протягом останніх 5-ти років збільшення чистого доходу. Так, якщо в 2013 році чистий дохід підприємства складав 41 млн. грн, то в 2017 році його величина досягла рівня 188 млн грн, тобто зросла на 147 млн. грн, або в 3,58 разів. Собівартість реалізованої продукції також має стійку тенденцію до зростання: якщо у 2013 р. ця величина складала 39,3 млн грн, то в 2017 році – вже 178 млн. грн, тобто зросла на 138,7 млн. грн, або в 3,53 разів. Стрибок у зростанні собівартості реалізованої продукції обумовлюється зростанням цін на матеріальні та енергетичні ресурси.

Що ж стосується динаміки зміни чистого прибутку, то ця динаміка є досить нестабільною. Так, в 2016 році величина чистого прибутку, що його отримало ТоОВ «Торгтехніка, зросла порівняно з 2015 роком до рівня 0,487 млн. грн. аж на 725%. А в 2017 році величина чистого прибутку, що його отримало підприємство, знову зменшилася з 0,487 млн. грн до 0,262 млн. грн, або на 46%.

Розрахунки показали, що комплексний показник, за яким можна оцінити рівень організації виробничої діяльності на підприємстві дорівнює 0,6765 (при максимальному рівні 1).

На підприємстві створена організаційна структура управління виробництвом, яка, в основному відповідає виду та масштабам діяльності ТоОВ «Торгтехніка». Разом з тим, підкреслено, що потребує свого коригування виробнича стратегія підприємства. Зокрема, на основі аналізу результатів діяльності підприємства та стану зовнішнього середовища в регіоні (зокрема у м. Вінниці) нами пропонується обрати для підприємства виробничу стратегію *вирівнювання потужностей*.

Перевага даної виробничої стратегії полягає у забезпеченні на підприємстві постійного обсягу виробництва продукції при постійній чисельності робочої сили, тобто обсяг виробництва продукції не залежить від коливань попиту на дану продукцію [5]. А різниця між величиною попиту й обсягом випуску продукції регулюється шляхом збільшення (зменшення) запасів виготовленої продукції.

Висновки

Було зроблено висновок, що без суттєвого покращення управління виробничою діяльністю підприємству важко буде зберегти свої конкурентні позиції на ринку гофротари та гофрокартону. Було складено план рекомендацій з підвищення ефективності управління виробничою діяльністю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Козловський, В. О. Основи підприємництва : навчальний посібник. У 2-х частинах. Частина I / В. О. Козловський – [Вид. 2-ге, переробл. та доповн.] – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 119 с.
2. Козловський, В. О. Основи підприємництва : навчальний посібник. У 2-х частинах. Частина II / В. О. Козловський – [Вид. 2-ге, переробл. та доповн.] – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 116 с.
3. Козловський, В. О. Виробниче та комерційне підприємництво : навчальний посібник. /В. О. Козловський, О. Й. Лесько – Вінниця : ВНТУ, 2018. – 154 с.
4. Козловський В.О., Козловський С.В. Виробничий менеджмент. Практикум: Навчальний посібник. – Вінниця: «Глобус-Прес», 2006, 2006. – 344 с.
5. Козловський, В. О. Бізнес-планування : навчальний посібник /В. О. Козловський, О. Й. Лесько.– Видання 2-ге, доповн. та переробл. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008, – 241 с.

Козловський Володимир Олександрович – к.е.н., доцент, професор кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: V@Vin.UA або Kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua

Мазурок Олександр Вікторович – студент 4-го курсу бакалаврату гр. МОв-15б факультету менеджменту та інформаційної безпеки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця.

Kozlovskiy Volodymyr Oleksandrovych – Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Enterprise Economics and Production Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnytsya, e-mail: V@Vin.UA or Kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua

Mazurok Oleksandr Viktorovich – student of 4th course of the baccalaureate group of MOV-15b of the faculty of management and informative safety of the Vinnytsya National Technical University, Vinnytsya, e-mail: Ma-zurok0120@gmail.com

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто теоретичні та практичні питання організації на виробничих підприємствах інвестиційної діяльності та розроблено рекомендації з підвищення ефективності управління цією діяльністю.

Ключові слова: інвестиційна діяльність, інвестиції, класифікація інвестицій, джерела інвестицій, види інвестицій, інвестиційний проект, управління інвестиціями.

Abstract

The theoretical and practical questions of organization are considered on the productive enterprises of investment activity and recommendations are worked out from the increase of efficiency of management this activity.

Key words: investment activity, investments, classification of investments, source of investments, types of investments, investment project, management investments.

Вступ

Як відомо, інвестиційна діяльність – це один з важливих напрямів багатоаспектної діяльності будь-якого підприємства в умовах ринкового середовища, від результативності якої залежить успіх цього підприємства у ближчій та віддаленій перспективі. А інвестиції – це всі види майнових, грошових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються у підприємство з метою отримання прибутку або досягнення певного соціального чи іншого ефекту. Виконання даної функції на виробничому підприємстві покладається на відповідні служби, які зазвичай об'єднуються у відділ капітального будівництва. Аналіз поточної ринкової ситуації показує, що в даний час перед більшістю підприємств гостро постало питання активізації інвестиційної діяльності, що пояснюється як посиленням конкуренції на всіх ринках, так і стрімкими темпами розвитку науково-технічного прогресу [1]. Тому обрана тема досліджень є актуальною.

Метою даної роботи є аналіз стану інноваційної діяльності на підприємствах Вінницької області та розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності управління цією діяльністю.

Результати дослідження

В результаті проведених досліджень було встановлено, що в практичній діяльності підприємства використовуються різні види інвестицій [2]. Так, залежно від об'єкта вкладення інвестиції поділяються на реальні та фінансові. Реальні інвестиції – це вкладення коштів в різні сфери з метою відтворення матеріальних або нематеріальних активів підприємства. Такі інвестиції ще називають виробничими або капітальними. Фінансові інвестиції – це придбання різних цінних паперів, які випускаються іншими підприємствами та державою. За характером участі в інвестуванні всі інвестиції поділяються на прямі і непрямі. Прямі інвестиції – це вкладення коштів в певні об'єкти інвестором самостійно без допомоги посередників. Непрямі інвестиції – це вкладення коштів через посередників. За формою власності інвестиції бувають приватними, державними, іноземними та спільними. Спільні – це інвестиції у вигляді інвестиційних сертифікатів, які випускаються в оборот інвестиційними фондами і компаніями. Ці сертифікати купуються різними особами, а отримані гроші вкладаються у певні об'єкти.

Нами було проведено аналіз динаміки зміни обсягів капітальних інвестицій на підприємствах Вінницької області протягом 2010-2017 років за трьома основними ознаками: видами капітальних активів (матеріальні або нематеріальні активи), джерелами фінансування (з державного бюджету, з місцевих бюджетів, іноземні інвестиції) та видами економічної діяльності (інвестиції у сільське господарство, у промисловість, в оптову та роздрібну торгівлю). Основні результати проведених досліджень наведено в таблицях 1, 2 та 3 [3].

Таблиця 1– Капітальні інвестиції у підприємства Вінницької області за видами активів

Капітальні інвестиції	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
- матеріальні активи (млрд грн)	3,55	5,08	5,82	6,11	5,67	7,37	8,30	11,75
- нематеріальні активи (млн грн)	38	34	24	74	32	37	74	131

Таблиця 2– Капітальні інвестиції у підприємства Вінницької області за джерелами фінансування

Капітальні інвестиції	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
з державного бюджету (млн грн)	67	125	115	98	28	171	270	362
з місцевих бюджетів (млн грн)	137	261	349	269	320	578	779	1606
іноземні (млн грн)	12,5	21,2	8,3	21,3	8,2	2,14	1,21	6,2

Таблиця 3– Капітальні інвестиції у підприємства Вінницької області за видами економічної діяльності (млн грн)

Капітальні інвестиції	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
у сільське господарство	765	1397	1435	1269	1528	2143	3327	4576
у промисловість	1035	1281	1937	2651	2329	2334	1875	2485
в оптову та роздрібну торгівлю	169	271	204	146	182	238	269	550

Аналіз інформації, наведеної в таблицях 1,2 та 3 показує, що в питаннях розвитку інвестиційної діяльності на підприємствах Вінницької області є як позитивні, так і негативні моменти. До позитивних результатів деякі автори відносять те, що за останні 8 років обсяг капітальних інвестицій збільшився з 3,55 млрд грн у 2010 році до 11,75 млрд грн у 2017 році, тобто зріс у 3,3 рази. Хоча за цей же період курс гривні до долара також змінився з 8 грн за 1 доллар до 28 грн за доллар, тобто гривня знецінилася в $28:8 = 3,5$ разів, тобто суттєвих позитивних зрушення у цьому питанні, на наш погляд, немає. Щодо інших показників, які характеризують стан інвестиційної діяльності, то негативним фактом є те, що суттєво зменшився обсяг іноземних інвестицій (з 12,5 млн грн у 2010 році до 6,2 млн грн у 2017 році, тобто зменшився у $12,5 : 6,2 = 2$ рази).

Висновки

Без суттєвого покращення управління інвестиційною діяльністю виробничим підприємствам важко буде зберегти свої конкурентні позиції на сучасному ринку [4]. Складено план рекомендацій з підвищення ефективності управління інвестиційною діяльністю на підприємствах, в основі яких лежить перехід до управління інвестиційною діяльністю на підприємствах шляхом розробки та реалізації конкретних інвестиційних проектів [5].

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Козловський, В. О. Основи підприємництва : навчальний посібник. У 2-х частинах. Частина I / В. О. Козловський – [Вид. 2-ге, переробл. та доповн.] – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 119 с.
2. Козловський, В. О. Основи підприємництва : навчальний посібник. У 2-х частинах. Частина II / В. О. Козловський – [Вид. 2-ге, переробл. та доповн.] – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 116 с.
3. Капітальні інвестиції [сайт]. Режим доступу: <http://www.vn.ukrstat.gov.ua/index.php/statistical-information.html>. Дата звернення 20 лютого 2019 року.
4. Козловський, В. О. Виробниче та комерційне підприємництво : навчальний посібник. /В. О. Козловський, О. Й. Лесько – Вінниця : ВНТУ, 2018. – 154 с.
5. Козловський, В. О. Бізнес-планування : навчальний посібник /В. О. Козловський, О. Й. Лесько. – Видання 2-ге, доповн. та переробл. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008, – 241 с.

Козловський Володимир Олександрович – к.е.н., доцент, професор кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця; e-mail: V@Vin.UA або Kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua.

Мартинюк Святослав Володимирович – студент 4-го курсу бакалаврату гр. МОв-156 факультету менеджменту та інформаційної безпеки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця.

Kozlovskiy Volodymyr Oleksandrovych – Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Enterprise Economics and Production Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsya; e-mail: V@Vin.UA or Kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua

Martyniuk Sviatoslav Volodymyrovych – student of 4th course of the baccalaureate group of MOV-15b of the faculty of management and informative safety of the Vinnitsya National Technical University, Vinnitsya; e-mail: Cap05.10.15@ukr.net.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ВИРОБНИЧОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто теоретичні та практичні питання організації на виробничих підприємствах збутової діяльності та розроблено рекомендації з підвищення ефективності управління збутовою діяльністю на конкретному підприємстві.

Ключові слова: збутова діяльність, стратегічна спрямованість та забезпечення збутової діяльності, організаційна структура управління збутовою діяльністю тощо.

Abstract

The theoretical and practical questions of organization are considered on the productive enterprises of sale activity and recommendations are worked out from the increase of efficiency of management sale activity on a certain enterprise.

Key words: sale activity, strategic orientation and providing of sale activity, organizational structure of management sale activity and others like that.

Вступ

Як відомо, в даний час перед виробничими підприємствами будь-якої форми власності гостро постало питання підвищення ефективності управління збутовою діяльністю. І на це є об'єктивні причини, оскільки саме у сфері збуту остаточно виявляються результати діяльності всіх підрозділів та служб підприємства, визначається величина отриманого прибутку, встановлюється місце, яке займає продукція підприємства на тому чи іншому ринку тощо. Виконання даної функції на виробничому підприємстві покладається на його збутову службу. Аналіз низки наукових праць показав, що питання організації збуту продукції детальніше висвітлені для торговельних підприємств, в той час як для виробничих підприємств, ці питання потребують свого подальшого дослідження [1].

Метою даної роботи є аналіз теоретичних і методологічних аспектів організації та управління збутовою діяльністю на виробничих підприємствах.

Результати дослідження

В результаті проведених досліджень було встановлено, що існує безліч означень поняття «збутова діяльність» [2] від простих типу, що «це діяльність підприємства по доведенню товарів від виробника до споживачів» до більш складних типу, що це «комплекс процедур просування готової продукції на ринок (формування попиту, отримання і обробка замовлень, комплектація і підготовка продукції до відправки покупцям, відвантаження продукції на транспортний засіб і транспортування до місця продажу або призначення» і організацію розрахунків за неї (встановлення умов і здійснення процедур розрахунків із покупцями за відвантажену продукцію) [3]». На наш погляд, з практичної точки зору доцільно виокремлювати два основні підходи (у широкому та вузькому розумінні цього терміну) до трактування поняття «збутова діяльність»: У широкому розумінні – це процес руху продукції від її виробника до споживача (покупця), який починається з моменту завершення виробництва продукції на підприємстві до моменту передачі (продажу) цієї продукції конкретному споживачу (покупцю). У вузькому розумінні – це процес, який охоплює юридичну передачу прав власності на продукцію підприємства від продавця (виробника, посередника тощо) кінцевому споживачу. Зрозуміло, що в даний час повинен переважати саме перший підхід до трактування поняття «збутова діяльність», оскільки ефективність збуту продукції визначається багатьма іншими складовими діяльності підприємства, починаючи від оформлення замовлень, формування попиту, часом транспортування продукції до споживача тощо.

Аналізуючи весь комплекс проблем, пов'язаних з удосконаленням управління збутовою діяльністю на виробничому підприємстві, нами встановлено, що особливу увагу потрібно звертати на

такі дві складові, як розробка збутової стратегії виробничого підприємства та налагодження стабільної системи забезпечення збутової діяльності.

Значну увагу було приділено встановленню пріоритетних форм збутової діяльності. До цих форм віднесено: кваліфіковане укладання комерційних угод, пошук ефективної системи збуту продукції, підвищення ефективності ціноутворення, підвищення ефективності маркетингових досліджень, активізація рекламної діяльності та встановлення зв'язку між результатами збутової діяльності підприємства та результатами роботи його підрозділів, включаючи виробничі підрозділи [4], [5].

Практичну частину роботи було проведено на ПрАТ «Вінницький завод «Маяк». Встановлено, що основним видом діяльності підприємства є виробництво побутових електроприладів під торговою маркою «Термія». Протягом 2014-2017 років спостерігається постійне зростання собівартості реалізованої продукції підприємства, матеріальні витрати та адміністративні витрати. Наприклад, собівартість реалізованої продукції підприємства досягла у 2017 році рівня 293 млн грн проти 154 млн грн у 2014 році, тобто зросла в 1,9 разів. Аналогічна тенденція характерна і для динаміки зміни матеріальних витрат, які у 2017 році досягли рівня 240 млн грн проти 101 млн грн у 2014 році, тобто зросли у 2,38 разів. Основною причиною такого явища є суттєве підвищення цін на матеріальні та енергетичні ресурси, яке мало місце у 2014-2016 роках.

Якщо проаналізувати динаміку зміни адміністративних витрат, то тут також відмічається їх постійне зростання. У 2017 році величина адміністративних витрат досягла рівня 22 млн грн проти 13 млн грн у 2014 році, тобто зросла в 1,69 разів. Дещо нерівномірно зростала така стаття витрат, як «інші» операційні витрати. Так, тільки за один рік величина цих витрат у 2015 році зросла до 15 млн грн проти 6 млн грн у 2014 році, тобто зросла у 2,5 рази. Протягом наступних 3-х років величина інших операційних витрат зросла до рівня 17 млн грн, тобто зросла всього на 2 млн грн.

Аналогічна ситуація спостерігається з динамікою витрат на збут. Так, у 2015 році витрати на збут скоротилися до 7,3 млн грн порівняно з 8,5 млн грн, що мало місце у 2014 році, тобто витрати на збут скоротилися на $(8,5 - 7,3) = 1,3$ млн грн, тобто на 17,8%. В наступні три роки (2015-2017 рр.) витрати на збут почали зростати, досягнувши у 2017 році величини у 10 млн грн, тобто зросли порівняно з 2015 роком на $(10 - 8,5) = 1,5$ млн грн, тобто зросли на 17,6%. Проведені розрахунки показують, що організація збутової діяльності на цьому підприємстві не є стабільною.

Висновки

Без суттєвого покращення управління збутовою діяльністю підприємству важко буде зберегти свої конкурентні позиції на ринку побутових електроприладів. Складено план рекомендацій з підвищення ефективності управління збутовою діяльністю підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Козловський, В. О. Основи підприємництва : навчальний посібник. У 2-х частинах. Частина I / В. О. Козловський – [Вид. 2-ге, переробл. та доповн.] – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 119 с.
2. Козловський, В. О. Основи підприємництва : навчальний посібник. У 2-х частинах. Частина II / В. О. Козловський – [Вид. 2-ге, переробл. та доповн.] – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 116 с.
3. Терент'єва Н.В. Управління збутовою діяльністю в системі управління підприємством – електронний журнал «Ефективна економіка» – 2016, Видавництво ТоВ «ДКС-центр», 2016. № 2.
4. Козловський, В. О. Виробниче та комерційне підприємництво : навчальний посібник. /В. О. Козловський, О. Й. Лесько – Вінниця : ВНТУ, 2018. – 154 с.
5. Козловський, В. О. Бізнес-планування : навчальний посібник /В. О. Козловський, О. Й. Лесько. – Видання 2-ге, доповн. та переробл. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008, – 241 с.

Козловський Володимир Олександрович – к.е.н., доцент, професор кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: V@Vin.UA або Kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua

Осокін Максим Олексійович – студент 4-го курсу бакалаврату гр. МОв-15б факультету менеджменту та інформаційної безпеки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця.

Kozlovskiy Volodymyr Oleksandrovych – Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Enterprise Economics and Production Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsya, e-mail: V@Vin.UA or Kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua

Osokin Maksym Oleksiyovych – student of 4th course of the baccalaureate group of MOV-15b of the faculty of management and informative safety of the Vinnitsya National Technical University, Vinnitsya, e-mail: Ekspertment0000@gmail.com

ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ РОЗПОДІЛОМ ТА ВИКОРИСТАННЯМ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто прибуток, як важливу фінансову категорію у господарській діяльності та проаналізовано процес управління розподілом та використанням прибутку підприємства. Запропоновано універсальний спосіб управління прибутком підприємства.

Ключові слова: прибуток, формування прибутку, управління прибутком, максимізація прибутку підприємства.

Abstract

Profit, as an important financial category in economic activity, is considered and the management process of distribution and use of profit of the enterprise is analyzed. A versatile way to manage enterprise profits is proposed.

Keywords: profit, profit generation, profit management, profit maximization of the enterprise.

Вступ

В сучасних умовах ринкової економіки прибуток слугує первісним двигуном виробничого процесу. Можна впевнено стверджувати, що прибуток повною мірою піддається управлінським діям, які базуються на певних принципах і наукових підходах. Для ефективного процесу управління розподілом та використанням прибутку необхідно застосувати лише дієві інструменти управління.

Для одержання достатнього рівня прибутку, який забезпечує дотримання умови самофінансування, підприємство повинне приділяти досить уваги цьому питанню. Тому процес управління розподілом та використанням прибутку фінансово – господарській діяльності є обов'язковим об'єктом дослідження, контролю та вдосконалення будь-якого підприємства. Дослідженням даного питання займалися провідні науковці України та зарубіжжя, зокрема: І. А. Бланк, А. В. Маршалова, Р. В. Солоу, А. М. Поддєрьогіна, С. Ф. Покропивного, Г. П. Крамаренко, В. М. Опаріна, Є. М. Винниченка, А. Р. Шеремет, С. Р. Дорогунцов, І. М. Кац, Н. В. Чумаченко та ін. Проте незважаючи на вагомий вклад вчених та велику кількість наукових праць, питання вдосконалення процесу управління прибутком на підприємстві залишається не до кінця вирішеним та дуже актуальним у наш час. Метою даної роботи є розробка універсального способу управління розподілом та використанням прибутку підприємства.

Результати дослідження

Прибуток відіграє значну роль в розвитку підприємства та забезпеченні інтересів його власників і працівників, тому процес ефективного управління ним є визначальним для суб'єктів господарської діяльності.

Прибуток – це кінцевий результат діяльності суб'єкта господарської діяльності, який визначається як різниця між валовим доходом і валовими витратами, отриманими впродовж здійснюваної ризикової та суспільно-корисної діяльності [1]. Існує велика кількість підходів до системи формування та розподілу прибутку, адже ця економічна категорія є багатоаспектним явищем, що залежить від багатьох факторів. Найвідомішими з них є: комплексний, системний, функціональний, математичний, динамічний, відтворювальний, маркетинговий, адміністративний, поведінковий, ситуаційний та ін.

Процес управління прибутком підприємства включає дві важливі системи: оперативну, яка повинна реагувати на поточні проблеми управління та забезпечувати прибуткову діяльність у короткотерміновому періоді та стратегічну, яка спрямована на формування стратегічних змін, що необхідні для зміни діючої стратегії управління прибутком підприємства з урахуванням відповідності його внутрішніх можливостей умовам зовнішнього середовища [2].

Управління розподілом та використанням прибутку підприємства – це складний багатоетапний процес, тому рекомендовано використовувати такий універсальний алгоритм [3].

1. Необхідно створити чітку інформаційну базу, що допоможе з легкістю проаналізувати усі аспекти господарської діяльності підприємства.

2. Дослідити використання прибутку підприємства у минулих періодах.

3. Проаналізувати внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства та чинники, що можуть впливати на ефективність використання прибутку.

4. Визначити, які саме пріоритетні напрямки використання прибутку спричинять подальший розвиток підприємства та покращення фінансових результатів його діяльності. Враховуючи ці напрямки визначити шляхи розподілу прибутку як і у поточному періоді, так і з врахуванням стратегічних та тактичних цілей розвитку.

5. Розробити системи управлінських рішень по забезпеченню ефективного використання прибутку.

6. Скласти детальний план, у якому буде зазначено напрямки використання прибутку підприємства з визначеними датами та конкретними етапами та кошторисом.

7. Забезпечити чіткий оперативний контроль за виконанням усіх управлінських рішень щодо розподілу та використання прибутку підприємства.

8. Оптимізувати кошти, що спрямовані на фонд споживання та інші цільові фонди

9. Розрахувати оптимальну величину резервного фонду та скерувати кошти, які забезпечать його збільшення.

10. Скорегувати ряд управлінських рішень щодо розподілу та використання прибутку за результатами здійсненого контролю та з врахуванням стратегії розвитку підприємства

11. Виконати аналіз отриманих результатів у поточному періоді та виявити резерви, що будуть сприяти максимізації прибутку, а також плануванню формуванню, розподілу та використанню прибутку у наступних періодах.

Таким чином процес управління прибутком дає змогу вирішувати ряд певних завдань, які схематично можна зобразити на рис. 1.

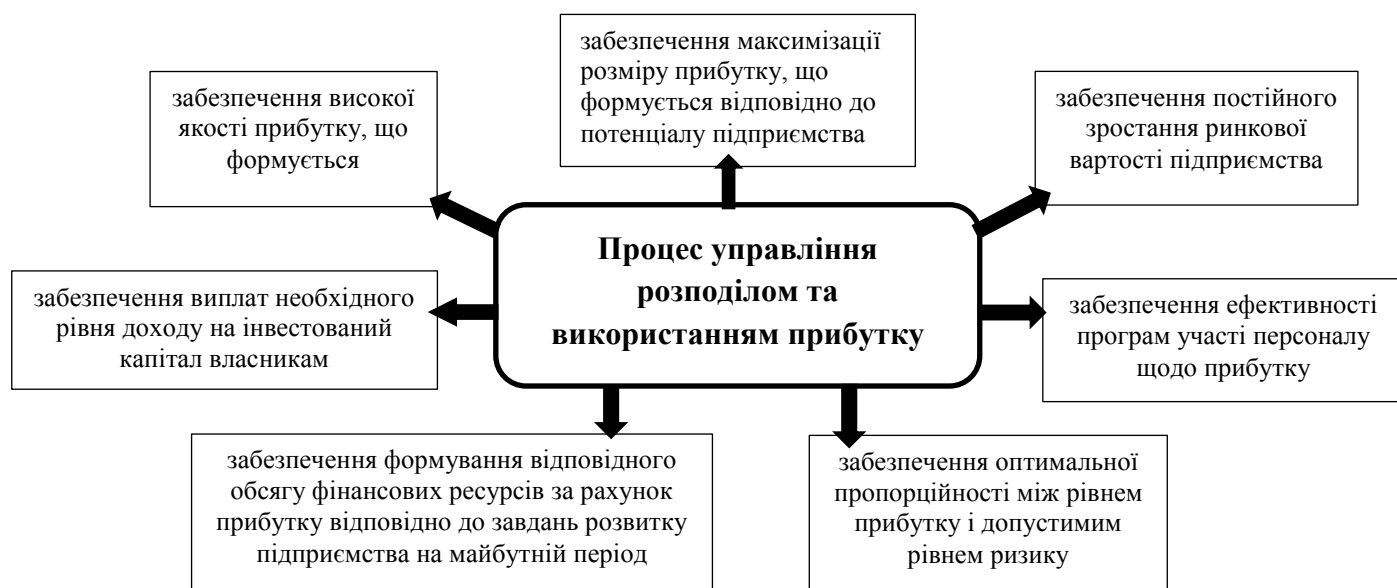


Рисунок 1 – Завдання процесу управління розподілом та використанням прибутку (вдосконалено автором на основі джерела [4])

Система управління прибутком має бути органічно інтегрована із загальною системою управління підприємством, оскільки прийняття управлінських рішень у будь-якій сфері діяльності підприємства прямо або опосередковано впливає на рівень прибутку, який у свою чергу є основним джерелом фінансування розвитку підприємства та зростання доходів його власників і працівників.

Висновки

Максимізація прибутку є одним із основних завдань діяльності будь-якого підприємства, тому процес управління його формуванням, розподілом та використанням потребує значної уваги з боку фінансового менеджера. Дотримання запропонованої послідовності дій при управлінні розподілом та використанням прибутку підприємства дозволить суттєво підвищити ефективність його діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Єпіфанова І. Ю. Фактори зростання прибутку підприємства / І. Ю. Єпіфанова, В. С. Гуменюк // Молодий вчений. - 2016. - № 7. - С. 46-49. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_7_14.
2. Дзюбенко Л.М. Організаційно-економічне забезпечення прибутковості підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 / Л.М. Дзюбенко. – К., 2007. – 22 с.
3. Ткаченко Є. Ю. Сучасні підходи до управління прибутком промислового підприємства / Є. Ю. Ткаченко // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. - 2011. - Вип. 47. - С. 270-276. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpgvzdia_2011_47_30
4. Денисенко Л. О. Шляхи поліпшення процесу управління прибутком на підприємстві / Л. О. Денисенко, Ю. О. Кучерявенко // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. - 2014. - № 1. - С. 145-153. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknutd_2014_1_23
5. Причеп, І. В. Економіка підприємства. Самостійна та індивідуальна робота студентів : навчальний посібник / І. В. Причеп, Л. П. Руда. – Вінниця : ВНТУ, 2014. – 145 с.

Іванчик Тамара Віталіївна – студентка групи МОФ-156, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: fm.2mo15.ivanchyk@gmail.com

Науковий керівник: **Руда Лілія Петрівна** – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Tamara V. Ivanchyk – Department of finance and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: fm.2mo15.ivanchyk@gmail.com

Supervisor: **Liliya P. Ruda** – Cand. Sc. (Eng), Assistant Professor of Economics of Enterprise and Industrial Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі розглянуто сутність поняття «конкуренція» та «управління конкурентоспроможністю», визначено основну мету, а також об'єкт, суб'єкт та предмет управління конкурентоспроможністю підприємства. Проаналізовано основні функції та принципи управління конкурентоспроможністю. Розглянуто механізм здійснення управління конкурентоспроможністю підприємства

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємства

Abstract

The work clarified the essence of the concept of «competition» and «competitiveness management», defined the main goal and object, subject of competitiveness management of enterprise. Examined the main functions, principles of competitiveness management and considered the steps of competitiveness management of enterprise

Keywords: competition, competitiveness, competitiveness of enterprise

Вступ

У наш час вітчизняні підприємства в якості основних цілей своєї діяльності встановлюють такі, як: отримання максимального прибутку та збільшення обсягів збуту; збільшення частки ринку; задоволення потреб, які існують на ринку тощо. Досягнення кожної з цих цілей супроводжується укріпленням позицій підприємства на ринку, тобто підвищенням його конкурентоспроможності.

Проте, досвід останніх років демонструє, що не всі вітчизняні підприємства готові до ведення конкурентної боротьби. Навіть володіння конкурентоспроможною продукцією, що безумовно виступає важливою умовою, не дозволяє багатьом підприємствам ефективно реалізовувати цю перевагу через відсутність практики використання цілого комплексу маркетингу: гнучкої асортиментної і цінової політики, адекватної організації каналів розподілу, ефективних методів стимулювання продажу тощо. Тому проблема управління конкурентоспроможністю підприємств набуває на сучасному етапі першочергового значення. Виходячи з цього, дослідження системного підходу до управління конкурентоспроможністю підприємства є надзвичайно актуальним питанням.

Дослідження теоретичних основ конкурентоспроможності підприємства знайшли своє відображення в працях таких закордонних та вітчизняних вчених, як: Ф. Хайєка [1], М. Портера [2], А. В. Павлової [3], Є. А. Бельтюкова [4], Є. О. Діденка [5-6] та інших.

Проте слід зазначити, що на сьогодні відсутнє єдине бачення до здійснення механізму управління конкурентоспроможністю підприємства, що й викликало необхідність дослідити системний підхід до управління конкурентоспроможністю.

Метою статті є дослідження системного підходу до управління конкурентоспроможністю підприємства.

Виклад основних результатів дослідження

Ключовим поняттям, що виражає сутність ринкових відносин, є поняття конкуренції. Конкуренція – це найважливіша ланка всієї системи ринкового господарства. Термін «конкуренція» (з лат. *conspicuentia*) означає – суперництво, боротьба між відокремленими виробниками продукції, робіт, послуг щодо задоволення своїх інтересів, пов'язаних з продажем цієї продукції, виконаних робіт, наданням послуг одним і тим же споживачам.

Як стверджував відомий англійський економіст Ф.Хайєк, «суспільства, які покладаються на конкуренцію, успішніше за інших досягають своїх мети» [1].

Управління конкурентоспроможністю підприємства – це сукупність заходів, які спрямовані на систематичне вдосконалення виробу, постійний пошук нових каналів збуту, нових груп покупців, поліпшення сервісу, реклами.

Поняття конкурентоспроможності було введено М. Портером в праці «Стратегія конкуренції», в якій він розглядає дану категорію як сукупність певних конкурентних переваг об'єкта серед аналогічних на ринку. Самі ж конкурентні переваги характеризуються як сукупність характеристик товару чи послуги, які створюють певну перевагу перед конкурентами [2].

Сучасна концепція управління конкурентоспроможністю підприємства базується на використанні базових положень науки управління, відповідно до яких основними елементами системи управління є мета, об'єкт, суб'єкт, предмет, функції управління, а також принципи та етапи управління конкурентоспроможністю підприємства.

Метою управління конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі.

Об'єктом управління конкурентоспроможністю підприємства є не лише продукція, яку виготовляє підприємство, а й виробнича, фінансова, маркетингова та інноваційна діяльність, персонал, техніко-технологічна забезпеченість, а також організаційно-управлінська структура підприємства.

Суб'єктами управління конкурентоспроможністю підприємства є певне коло осіб, що реалізують його (управління) мету [3]:

1. Власник підприємства, який за будь-яких умов має брати участь у формуванні стратегічних цілей підприємства, пов'язаних з економічними інтересами та фінансовими можливостями власника;
2. Вищий управлінський персонал підприємства (директор, заступники директора та керівники тих підрозділів підприємства, що формують ланцюг цінностей підприємства);
3. Лінійні менеджери операційних підрозділів підприємства, які є відповідальними за ефективну реалізацію планів дій щодо забезпечення належного рівня конкурентоспроможності;
4. Менеджери-економісти консалтингових фірм, що залучаються на підприємство на платній основі для розробки та реалізації стратегії та програм підвищення конкурентоспроможності;
5. Державні та відомчі управлінські структури та органи, повноваження яких визначаються відповідними нормативними документами.

Предметом управління конкурентоспроможністю виступає процес формування та розвитку конкурентоспроможності суб'єкта господарювання.

Для забезпечення конкурентоспроможності підприємства реалізуються такі функції управління (таблиця 1):

Таблиця 1 – Функції управління конкурентоспроможністю підприємства [4]

Функція	Сутність
1	2
Цілевстановлення	Обумовлює орієнтацію управління конкурентоспроможністю підприємства на досягнення певних цілей, під якими розуміється майбутній рівень конкурентоспроможності об'єкта управління, якого передбачається досягти.
Планування	Передбачає формування стратегії і тактики реалізації цілей і завдань, розробку програм, складання планів і графіків реалізації окремих заходів нарощування конкурентоспроможності як в цілому по підприємству, так і по його окремих структурних підрозділах.
Організація	Забезпечує практичну реалізацію прийнятих планів і програм; з нею пов'язані питання розподілу матеріальних, фінансових та трудових ресурсів між окремими напрямками операційної діяльності.
Мотивація	Використання мотиваційних (економічних і психологічних) регуляторів активності суб'єктів управління конкурентоспроможністю підприємства.
Контроль	Забезпечує перевірку відповідності досягнутого рівня конкурентоспроможності поставленим вимогам та передбачає розробку стандартів для контролю у вигляді системи кількісних показників, що дають змогу перевірити результативність процесу реалізації вироблених планів та програм.

Реалізація вище перерахованих функцій управління конкурентоспроможністю підприємства у їх взаємозв'язку формує цикл управління конкурентоспроможністю.

Відповідно до основ менеджменту та теоретико-методичних засад у сфері конкуренції розглянемо найголовніші принципи управління конкурентоспроможністю підприємства [5]:

1. Єдність. Процес забезпечення та підтримки конкурентоспроможності підприємства повинен здійснюватися у контексті єдності теорії та практики у сфері менеджменту;

2. Науковість. Рішення, які спрямовані на зміцнення конкурентоспроможності підприємства повинні бути обґрунтовані відповідно до існуючих наукових засад;

3. Комплексність. Даний принцип передбачає забезпечення взаємозв'язку всіх елементів системи управління конкурентоспроможністю підприємства при ухваленні управлінських рішень;

4. Безперервність. Полягає в тому, що управління конкурентоспроможністю підприємства є неперервним процесом, що вимагає постійної уваги;

5. Оптимальність. Зумовлює прийняття оптимального управлінського рішення щодо формування конкурентних переваг підприємства;

6. Ефективність. Максимально можливе використання потенціалу для досягнення належного рівня конкурентоспроможності підприємства, що дозволить йому стабільно функціонувати та зростати;

7. Цілісність. Управління конкурентоспроможністю підприємства розглядається, з одного боку, як єдина система, з іншого, – як підсистема для вищих рівнів;

8. Конструктивність. Це формування стратегії і тактики забезпечення конкурентоспроможності підприємства, обґрунтування їх вибору та напрямів реалізації відповідно до умов функціонування.

Механізм управління конкурентоспроможністю у загальному випадку можна представити у вигляді таких етапів [6]:

1. Дослідження конкурентоспроможності підприємства.

2. Виявлення конкурентних переваг, встановлення факторів успіху у конкурентній боротьбі.

3. Розробка конкурентної стратегії та вироблення тактики.

4. Впровадження положень стратегії в процесі здійснення підприємством господарської діяльності.

5. Виявлення результатів реалізації конкурентної стратегії, її удосконалення в ході виявлення невідповідностей.

Таким чином, всі вище перераховані компоненти, а саме: мета, об'єкт, суб'єкт та предмет, функції, а також принципи та етапи складають систему управління конкурентоспроможністю підприємства та є між собою взаємопов'язаними.

Висновки

Отже, в результаті проведеного дослідження було розглянуто сутність поняття «конкуренція» та «управління конкурентоспроможністю», визначено основну мету, а також об'єкт, суб'єкт та предмет управління конкурентоспроможністю підприємства. У роботі проаналізовано основні функції та принципи управління конкурентоспроможністю, а також розглянуто механізм здійснення управління конкурентоспроможністю підприємства, який здійснюється п'ятьма послідовними етапами.

Слід зазначити, що проведене дослідження дало можливість дійти до висновку, що управління конкурентоспроможністю підприємства є досить таки складним процесом. Для його ефективної реалізації є необхідним зважена побудова системи управління та реалізація механізму управління конкурентоспроможністю підприємства. В свою чергу, функціональність системи управління значною мірою обумовлюється здатністю менеджменту суб'єкта ринку застосовувати управлінські підходи та виконувати покладені функції з урахуванням набору принципів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Хайек Ф. Дорога к рабству / Ф. Хайек // Вопросы философии. – 1990. – № 11. – С. 123-165.
2. Портер М. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів : [навч. посібник] / М. Портер – К.: Центр навчальної літератури, 1997. – 390 с.

3. Павлова А. В. Система управління конкурентоспроможністю підприємства / А. В. Павлова, В. Губарев // Європейський вектор економічного розвитку. – 2014. – № 2 (17). – С. 168-176.
4. Бельтюков Є. А. Управління конкурентоспроможністю підприємства з позиції процесного підходу / Є. А. Бельтюков, Н. О. Безнощенко // Економіка: реалії часу і перспективи. – 2014. – №15. – С. 13-15.
5. Діденко Є. О. Модель управління конкурентоспроможністю підприємства / Є. О. Діденко, П. І. Жураківський // Ефективна економіка. – 2017. – № 5. С. 23-29.
6. Діденко Є. О. Управління конкурентоспроможністю юридичної компанії на основі визначення ключових факторів успіху в умовах насиченого конкурентного середовища / Є. О. Діденко, А. Г. Ткаченко // Технології та дизайн. – К. : КНУТД, 2014. – №4 (13). С. 43-52.

Вікторія Віталіївна Кривіцька - студентка групи МОф-15б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, email: viktoria.victory98@gmail.com

Науковий керівник: **Руда Лілія Петрівна** – канд. екон. наук., доцент кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Viktoria V. Kryvitska - student, faculty of management and informational security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, email: viktoria.victory98@gmail.com.

Scientific supervisor **Ruda Lillia P.** – PhD, Assistant Professor of the Department of Business Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У даній роботі було розкрито особливості взаємозв'язку якості і конкурентоспроможності як характеристик продукції, що визначають його конкурентні переваги на ринку.

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

Abstract:

This paper features and intercommunication of quality and competitiveness were exposed as descriptions of products, which determine competitive edges at the market.

Keywords: *quality of products, competitiveness of products, control system by quality and competitiveness of products.*

Вступ

У сучасних умовах коли існування будь-якого підприємства та його стійке положення на ринку визначається рівнем конкурентоспроможності ставляться принципово нові вимоги, щодо якості продукції, яка випускається. Це пов'язано з тим, що на конкурентоспроможність впливає декілька десятків факторів серед яких виділяють два основних - рівень ціни та якість продукції. Управління якістю - це одна із головних функцій менеджменту вона являється основним засобом досягнення і підтримки конкурентоспроможності будь-якої фірми.

З кожним роком усе складніше доводиться підприємствам проводити боротьбу за своє існування і визнання серед споживачів. Для розвитку фірм і їх виживання в сучасних умовах необхідно пристосовуватися до мінливих умов навколишнього середовища. Підвищення якості продукції є одним із найвпливовіших чинників зростання ефективності виробництва продукції. Якість продукції – це головна умова існування і ключ до успіху на ринку в сучасних умовах конкуренції.

Мета статті полягає в розкритті особливостей взаємозв'язку конкурентоспроможності та якості продукції.

Результати дослідження

Дослідження проблеми якості та конкурентоспроможності продукції має широкий діапазон. Теоретичним надбанням є наукові праці вчених-економістів: А. Сміта [1], Д. Рікардо [2] та інших. В Україні вивчення проблеми підвищення якості та конкурентоспроможності продукції також актуальне, йому приділяли увагу такі вчені-економісти як Л.Балабанова [3], І. Должанський [4] та інші. Однак, і на сьогодні, взаємозв'язок якості та конкурентоспроможності продукції не отримали ще всебічного теоретичного обґрунтування.

Загалом поняття «якість» базується на кількох різних точках зору [5], за допомогою них можна відобразити всю багатоаспектність цього поняття.

1. З точки зору об'єктивної оцінки властивостей продукту якість може бути точно виміряна. Відмінності в якості можуть бути кількісно відображені за допомогою певних характеристик продукту [5].

2. З точки зору покупця якість продукту визначається більшою мірою суб'єктивною оцінкою споживача і в меншій мірі – характеристиками самого продукту. Окремі покупці мають різні потреби, причому ті товари, які задовольняють ці потреби найкращим чином, розглядаються як володіють найвищою якістю [6].

3. З точки зору виробничого процесу якість – це дотримання специфікацій, і кожне відхилення від них веде до зниження якості. Найвища якість передбачає добре виконану роботу, результат якої повністю відповідає поставленим вимогам [5].

4. З точки зору співвідношення ціни та корисності якість виражається за допомогою витрат і цін. Якісний продукт виконує певну функцію за прийнятною ціною [6].

Змістовно категорії якості і конкурентоспроможності товарів є дуже взаємопов'язаними.

1)якість і конкурентоспроможність - це характеристики товару, які разом забезпечують його затребуваність з боку споживачів. Якість товару — це сукупність властивостей, які зумовлюють її здатність задовольняти потреби споживачів відповідно до їх призначення. У міжнародному стандарті ISO 8420 якість визначено, як сукупність характеристик об'єкта, що належать до його здатності задовольняти встановлені і передбачувані потреби [7]. Як влучно зазначає Г. Строкович: «Якість — це те, що говорить споживач, а не виробник» [8].

2) саме якість являється необхідною умовою конкурентоспроможності продукції та його виробника на ринку. Як відомо ціну попиту складає гранична корисність продукції, саме вона, взаємодіючи із ціною пропозиції, встановлює ринкову ціну продукції. Отже, від оцінки покупцем якості продукції залежить попит на нього, рівень якого є показником конкурентоспроможності його виробника.

3)якість - це ознака конкурентоспроможності продукції, вона визначається сукупністю властивостей, що цікавлять покупця і забезпечують задоволення його потреб. Т. Білоног справедливо вважає якість складовою конкурентоспроможності продукції: «Конкурентоспроможність продукції складається з багатьох факторів: соціальний аспект задоволення попиту, якість, задоволення попиту, асортимент, отримання прибутку торговими підприємствами, після продажного обслуговування тощо» [9].

4)підвищення якості товару - чинник зростання конкурентоспроможності товару. Як виділяє А. Панна: «Підвищення якості — одна із форм конкурентної боротьби, завоювання і втримання позицій на ринку» [10]. Отже, чим вище якість продукції, тим привабливіший він для покупця, тим більше споживачів віддають йому свою перевагу, порівнюючи з іншою продукцією, яка пропонується на ринку.

Отже, якість і конкурентоспроможність є взаємопов'язаними властивостями продукції. Але слід зауважити, що з одного боку, для покупця якість є обов'язковою, але безсилою характеристикою щодо прийняття рішення про купівлю продукції. Відомо багато прикладів, коли продукція отримала високі оцінки експертів, але вона залишалася нецікавою для покупців. На прийняття їх рішення про придбання впливає не тільки якість товару, але і його ціна та інші показники. З іншого боку, при незмінних якісних характеристиках продукції його конкурентоспроможність може змінюватися, реагуючи на фактори зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Якість продукції складається ще у сфері визначення потреб покупців товару підприємства, на стадіях проектування та виробництва і виявляється при споживанні. «Конкурентоспроможність продукції створюється у рамках функціонування певних процесів: дослідження, розробки, виготовлення і споживання» [12]. Але, у загальному підсумку, і якість, і конкурентоспроможність продукції як взаємопов'язані властивості визначаються ринком. Аналіз взаємозв'язку якості і конкурентоспроможності продукції дає підстави для висновку, що необхідно враховувати цей взаємозв'язок при формуванні конкурентної стратегії і тактики підприємств, а також створити на підприємстві єдину систему управління якістю і конкурентоспроможністю продукції.

Висновки

Отже, дослідження, яке було проведено засвідчило, що якість і конкурентоспроможність є взаємопов'язаними характеристиками товару і в сукупності вони визначають конкурентні переваги її виробника на ринку. Підвищення їх рівня буде підтримувати єдина комплексна система управління якістю і конкурентоспроможністю товару. Впровадження комплексної системи управління якістю і конкурентоспроможністю продукції на українських підприємствах дасть змогу добре адаптуватися до викликів та вимог сучасного ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Исследование о природе и причинах богатства народов. Книга IV : [підручник] / А. Смит. – М.: ЭКСМО, 2007. – 960 с.
- 2.Классика экономической мысли: Сочинения : [підручник] / У. Петти, А. Смит, Д., Рикардо. – М. : Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000. – 896 с.
- 3.Маркетинг : [підручник] / За заг. Ред. д-рф екон. наук, проф. Л.В. Балабанова. – К. : Знання-Прес, 2004. — 645 с.
- 4.Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства : [навчальний посібник] / Должанський І. З. – К. : Центр навчальної літератури, 2008. – 384 с.

- 5.Басовский А. С. Управление качеством : [навчальний посібник] / Басовский А. С. Протасьев В. Б. – М. : Инфра, 2004. – 178 с
- 6.Колесник О.О. Теоретичні основи управління якістю продукції : [навчальний посібник] / Колесник О. О. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 450 с.
- 7.Строкович Г. В. Методологічні та методичні основи стратегічного управління якістю функціонування підприємств : монографія / Г. В. Строкович. – Х. : Вид-во НУА, 2013. – 396 с. 4.
- 8.Строкович Г. В. Якість функціонування підприємства: внутрішні та зовнішні аспекти : монографія / Г. В. Строкович. – Х. : Вид-во НУА, 2010. – 212 с
9. Білоног Т. В. Цільовий підхід до управління конкурентоспроможністю продукції промислового підприємства [Електронний ресурс] / Т. В. Білоног. – Режим доступу: http://tppe.econom.univ.kiev.ua/data/2011_24/Zb24_45.pdf.
10. Панна А. О. Якість продукції як економічна категорія та об'єктивна необхідність її підвищення [Електронний ресурс] / А. О. Панна. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=26448>.
- 11.Основні вимоги законодавства ЄС до безпеки та якості товарів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukraine-eu.mfa.gov.ua/ua/Ukraine+-+EU+exportimport+helpdesk+/Non-tariff+regulation>.
12. Шемет Я. В. Сучасні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства [Електронний ресурс] / Я. В. Шемет, С. О. Тульчинська. – Режим доступу: <http://probleconomy.kpi.ua/pdf/2013-32.pdf>

Заремба Оксана Володимирівна – студентка групи МОф-156, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця. Електронна адреса : mof15zaremba@gmail.com

Науковий керівник : **Руда Лілія Петрівна** – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Oksana Zaremba – student , faculty of management and informational security, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa.

Scientific supervisor: **Ruda Lillia Petrivna** - PhD, Assistant Professor of the Department of the Business Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація.

В даній роботі було досліджено позитивні та негативні тенденції розвитку аграрного сектору, проведено аналіз сучасного стану агропромислових підприємств та встановлено основні напрями для подальшої перспективи розвитку аграрного сектору.

Ключові слова.

Розвиток аграрного сектору, сільське господарство, перспективи розвитку, аграрний сектор, тенденції розвитку, ефективність.

Abstract.

In this paper, positive and negative tendencies of the agrarian sector development were investigated, an analysis of the current state of agroindustrial enterprises and the identification of the main trends for the further development of the agrarian sector were carried out.

Keywords.

Development of agrarian sector, agriculture, prospects of development, agrarian sector, development tendencies, efficiency.

Вступ

Аграрний сектор України має великий потенціал для розвитку, це зумовлено тим, що наша країна має цілком сприятливий клімат, найродючіші ґрунти та працелюбних людей.

Перевагою аграрного сектору є те, що ця галузь є досить таки перспективною на світовому ринку і є лідером з експорту рослинництва та тваринництва, агропромисловий комплекс формує близько 17% ВВП, а також він є важливою стратегічною галуззю української національної економіки, яка забезпечує продовольчу безпеку та продовольчу незалежність нашої держави, дає значній частині сільського населення робочі місця. Сільське господарство є основною рушійною силою для розвитку економіки країни та забезпечення добробуту населення.

Аналізу сучасного стану агропромислового сектору та перспективам розвитку сільського господарства, присвятили свої праці такі дослідники: М.Й. Хорунжий, Л.Ю. Мельник, Л.В. Молдован, П.Т. Саблук, В.Я. Месель-Веселяк, Б.Й. Пасхавер, Г.В. Черевко, Є.І. Ходаківський, В.В. Юрчишин та ін. Проте значна кількість питань, щодо подальшого перспективного розвитку аграрного сектору, потребує подальших досліджень.

Мета роботи полягає в дослідженні та аналізі агропромислового сектору України, визначенні його позитивних тенденцій у перспективі розвитку та негативних тенденцій, а також основних стратегічних напрямів розвитку галузі сільського господарства.

Результати досліджень

Аграрний сектор України – це цілісний комплекс, який тісно пов'язаний з природними умовами, ресурсами, технічними можливостями та кваліфікованими спеціалістами, а сільське господарство являється тією галуззю національної економіки, яка є стратегічно важливою та забезпечує Україні продовольчу незалежність і дає значній частині сільського населення робочі місця, що не менш важливо.

Позитивним є те, що український аграрний сектор має потенціал виробництва, що значно перевищує потреби внутрішнього ринку, він є ланкою, що з одного боку може стати локомотивом розвитку національної економіки та її ефективною інтеграції в світовий економічний простір, а з

іншого – зростання доходів, задіяного в аграрній економіці сільського населення, що складає понад третину всього населення країни, що може дати мультиплікативний ефект у розвитку інших галузей національної економіки.

Для збереження позитивних тенденцій розвитку сільськогосподарського страхування та покращення страхового захисту сільськогосподарських товаровиробників, необхідно: [1-2]

- сформувати якісну систему страхового захисту сільськогосподарських товаровиробників із розширенням її інституційних складових;
- відновити дію державної програм часткової компенсації страхових премій для сільськогосподарських виробників;
- вдосконалити вимоги до вступу страховиків до профільних асоціацій;
- запровадити андеррайтинг, врегулювання збитків і перестраховування по всіх стандартних програмах з державною підтримкою;
- покращити гарантійний механізм виконання страховиками зобов'язань перед сільськогосподарськими товаровиробниками

Серед негативних тенденцій, які перешкоджають ефективній діяльності аграрних підприємств, можна виділити такі:

Таблиця 1 – Негативні тенденції аграрно-промислового комплексу [3-5]

Тенденція	Наслідки
1. Зменшення обсягу валової продукції сільського господарства.	Продовження зниження цін на світових аграрних ринках і нестабільність фінансово-економічної ситуації в Україні може змусити виробників сільськогосподарської продукції, з одного боку, скоротити обсяги виробництва (площі посівів і поголів'я тварин). З іншого боку, коливання курсу національної валюти спричинило стрімке зростання цін на паливно-мастильні матеріали, мінеральні добрива та засоби захисту рослин.
2. Необхідність диверсифікації ринків збуту агропродовольчої продукції	Найбільші ризики пов'язані з періодично виникаючими змінами ринків збуту. Це пов'язано з розширенням присутності української аграрної продукції на інших сегментах світового ринку (в першу чергу європейському, азійському та африканському).
3. Звуженням фінансової бази розвитку сільськогосподарського виробництва.	Залишається ймовірність зменшення джерел формування власних фінансових ресурсів сільськогосподарських товаровиробників через несприятливу цінову кон'юнктуру на основні види споживаних мінеральних добрив, матеріально-технічної продукції, засобів захисту рослин і стримування росту цін на агропродовольчу продукцію.
4. Скорочення кількості малих (насамперед, фермерських) господарств – суб'єктів підприємництва.	Стрімке падіння рівня доходів вітчизняних споживачів стримує темпи зростання цін на внутрішніх агропродовольчих ринках. При цьому більш вразливими в умовах зростання цін на засоби виробництва та погіршення фінансового забезпечення галузі є дрібні сільгосптоваровиробники

Для того, щоб подолати ці проблеми в аграрному секторі, необхідна така стратегія яка б була спрямована на вдосконалення нормативно-законодавчої бази, забезпечувала стабільний розвиток сільського господарства; виробництво органічної, безпечної та екологічно чистої

сільськогосподарської продукції; встановлення ринкових цін на продукцію, які забезпечуватимуть рентабельність її виробництва для основної маси виробників; упровадження досягнення НТП та інновацій; залучення молодих людей у сільське господарство; забезпечення гідної оплати праці в сільському господарстві та ін. Саме це посилить конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств і збільшить експорт, намагаючись водночас забезпечити рівномірний розподіл наявних переваг, зокрема за рахунок сприяння розвитку сільських територій і поліпшення якості життя у найбільш вразливих регіонах, та збереження природних ресурсів і довкілля.

До основних напрямів покращення агропромислового становища слід віднести наступні: [6]

1. Покращення умов функціонування вітчизняного аграрного бізнесу;
2. Розвиток самоуправління та саморегулювання на основі підвищення ролі громадських професійних організацій (об'єднань галузевих товаровиробників) з передачею їм частини функцій існуючої системи державного управління;
3. Перерозподіл землі та майна, включаючи поглиблення відносин власності на землю та запровадження механізмів реалізації права на власність;
4. Приватизація переробних підприємств; реструктуризація підприємств та форм господарювання; розвиток кооперації;
5. Впровадження ринкових методів господарювання – менеджменту та маркетингу; державне регулювання аграрної економіки шляхом ефективнішого використання цінкових важелів, фінансово-кредитної і податкової систем;
6. Розвиток ринків сільськогосподарської продукції, матеріально-технічних ресурсів та послуг;
7. Інтенсифікація і диверсифікація зовнішньоекономічної діяльності тощо.

ВИСНОВКИ

Аграрний сектор сільського господарства має значний потенціал та перспективу для свого подальшого зростання, однак не вирішені системні дисбаланси стримують його розвиток. Проте навіть за несприятливих умов аграрний сектор продовжує демонструвати прийнятні темпи розвитку, що є, в першу чергу, результатом проведених земельної та аграрної реформ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аграрний сектор економіки України (стан і перспективи розвитку) / [Присяжнюк М. В., Зубець М. В., Саблук П. Т. та ін.]; за ред. М. В. Присяжнюка, М. В. Зубця, П. Т. Саблука, В. Я. Месель-Веселяка, М. М. Федорова. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 1008 с.
2. Аграрний сектор України на шляху до євро інтеграції : монографія / Авт. кол. Бетлій М. та ін.; за ред. О. М. Бородіної. – Ужгород: ІВА, 2006. – 496 с.
3. Актуальні проблеми аграрної реформи в Україні в умовах системної кризи світової економіки / Авт. кол. Мельник Ю. Ф. та ін.; за ред. І. Г. Кириленка – К., 2009. – 135 с.
4. Агрохолдинги в Україні та посилення соціальної спрямованості їх діяльності / Ю. О. Лупенко, М. Ф. Кропивко // Економіка АПК. – 2013. – № 7. – С. 5-21.
5. Виробництво сільськогосподарської продукції в Україні та її собівартість і дохідність в сільськогосподарських підприємствах (розрахунки за 2014 р. і прогноз на 2015 р.) (січень 2015)) / [Лупенко Ю. О., Месель-Веселяк В. Я., Грищенко О. Ю., Душко М. П.] ; за ред. Ю. О. Лупенка, В. Я. Месель-Веселяка – К. : ННЦ ІАЕ, 2015.– 56 с.
6. Виклики і шляхи агропродовольчого розвитку / Б.Й. Пасхавер, О.В. Шубравська, Л.В. Молдован; НАН України; Ін-т екон. та прогнозів. К., 2009. 432 с

Савельєва Аліна Олександрівна – студентка групи МОф-15б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: savielieva.alina@gmail.com

Науковий керівник: **Руда Лілія Петрівна** - канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту ВНТУ, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Alina O. Savielieva – student of group MOF-15b, Department of finance and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: savielieva.alina@gmail.com

Scientific supervisor: **Ruda Lillia Petrivna** - PhD, Assistant Professor of the Department of the Business economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

МОДЕЛЮВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Запропоновано підхід до моделювання доцільності інвестування в людський капітал підприємства з врахуванням додаткових інвестицій підприємства та самоінвестування працівника. Формування інвестиційної програми в галузі людського капіталу підприємства представляється у вигляді задачі оптимального розподілу обмежених ресурсів підприємства між об'єктами інвестування (працівниками підприємства) для забезпечення зростання сукупного людського капіталу і, як наслідок, зростання доходу підприємства.

Ключові слова: людський капітал, інвестування в людський капітал, модель інвестування.

Abstract

The approach to modeling the appropriateness of investing into human capital of an enterprise with the consideration of additional investments of the enterprise and self-investing of the employee is offered. Formation of the investment program in the field of human capital of the enterprise is presented as the task of optimal distribution of the limited resources of the enterprise between the objects of investment (employees of the enterprise) to ensure the growth of aggregate human capital and, consequently, the growth of income of the enterprise.

Key words: human capital, investing in human capital, investment model.

Вступ

В останні десятиріччя частка і роль людського капіталу постійно збільшується, в результаті чого він перетворюється на головний фактор економічного зростання на всіх рівнях. «Людський капітал – найцінніший ресурс, далеко важливіший, ніж природні ресурси чи накопичене багатство ... Саме людський капітал, а не заводи, обладнання і виробничі запаси є наріжним каменем конкурентоспроможності, економічного зростання і ефективності» [1].

Економічна наука протягом декількох десятків років приділяла увагу виявленню ролі людського капіталу в забезпеченні ефективного функціонування економічної системи, її інтенсивного розвитку і підвищенні якісного рівня виробничих процесів. Частково проблеми людського капіталу розглядали А.Сміт, В.Петті, Д.Рікардо, Дж.С.Мілль, Е.Енгель, Т.Вітстейн, Дж.Маккулох, І.Фішер та інші. Однак як самостійний розділ економічного аналізу теорія людського капіталу оформилась лише на межі 50-60 років ХХ сторіччя. Заслуга її висування належить американському економісту, лауреату Нобелівської премії 1979 року Т. Шульцу, а базова модель була розроблена лауреатом Нобелівської премії 1992 року Г. Беккером. Загалом теорія людського капіталу сформувалась завдяки роботам Дж.Мінцера, Б.Вейсброда, М.Блауга, С.Боулса, Й.Бен-Порета, Дж.Псахаропулоса, Ф.Уелча, Б.Чізвіка і ін. Питання функціонування та використання людського капіталу на підприємствах та в організаціях також розглядають Р.Капелюшніков, О.Коріцький, С.Дятлов, А.Добринін, М.Крітський, Т.Разумова, В.Щетинін, І.Скоблякова, Н.Шаш, О.Грішнова, В.Денесюк, І.Каленюк, П.Крайнєв, П.Цибулев, А.Чухно і ін.

Поняття «людський капітал» означає не лише усвідомлення вирішальної ролі людини в економічній системі, а й визнання необхідності інвестування в людину, оскільки капітал набувається та збільшується шляхом інвестування і дає тривалий економічний ефект [2, 3].

Результати дослідження

Інвестиції в людський капітал організації розвивають одночасно індивідуальний людський капітал і людський капітал підприємства. Причому саме підприємство повинно 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.

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. 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 підприємства 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 [4].

Загалом найбільш вагомим 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 навички своїх працівників.

З економічної точки зору додаткові капіталовкладення обґрунтовані лише в тому випадку, коли вони характеризуються достатньо високим рівнем окупності. Тому виникає необхідність використання моделей економічного аналізу, що дали б змогу оцінювати ступінь ефективності інвестицій у людський капітал.

Загалом формування людського капіталу підприємства – основного активу сучасної бізнес-одиниці – пов'язано з розв'язанням двох концептуальних задач.

По-перше, процес утворення людського капіталу особи має як безпосереднє зовнішнє стимулювання накопичення основних активів людського капіталу співробітника шляхом додаткових інвестицій (затрат) зі сторони підприємства (наприклад, на додаткову освіту), так і самоінвестування капіталу працівником. Причому останнє тим активніше здійснюється, чим більшою кількістю вільних ресурсів і більшою схильністю до самоінвестування володіє особа. Якщо схильність до самоінвестування можна визначити за допомогою певної системи атестації персоналу [5], то визначення «вільних» ресурсів пов'язано з необхідністю оптимізації доходів працівника підприємства.

По-друге, формування людського капіталу підприємства шляхом інвестування активів капіталу кожного працівника являє собою процес, який підпорядковується принципам зворотного зв'язку і динамічності.

Приріст людського капіталу кожної особи внаслідок додаткового інвестування зі сторони підприємства приводить до зростання людського капіталу всього підприємства, отже до отримання підприємством додаткового доходу від своєї діяльності. Однак процеси, які відбуваються в підсистемах системи управління персоналом (в якості підсистем можуть виступати як структурні підрозділи підприємства, так і окремі функціональні служби і елементи), є дискретними і залежать лише від поточного стану підсистеми, але не залежать від минулого її стану.

Отже, формування інвестиційної програми в галузі людського капіталу підприємства може бути представлено у вигляді задачі оптимального розподілу обмежених ресурсів підприємства між об'єктами інвестування (працівниками підприємства) для забезпечення зростання сукупного людського капіталу і, як наслідок, зростання доходу підприємства. Для вирішення поставленої задачі необхідно забезпечити формалізований підхід до визначення людського капіталу працівника підприємства і його вартості для підприємства, тобто індивідуального доходу працівника.

Принцип максимізації індивідуального доходу працівника підприємства, закладений в основу теорії раціональної поведінки і людського капіталу, аналогічний принципу максимізації прибутку підприємства, який часто трактується як об'єктивна вимога для «виживання» підприємства. З погляду економіста, цей принцип аналогічний принципу мінімізації витрат, оскільки являє собою максимізацію результату, представленого в грошовій формі.

Будь-яка оптимізаційна задача містить допустимі варіанти рішень, з яких вибирається кращий, що задовольняє критерію оптимальності. Інші варіанти завжди задовольняють лише визначеним обмеженням.

Потенційний дохід, який може мати особа (працівник підприємства), залежить від того, який попит є на ринку на робочу силу визначеної якості. Якщо людський капітал особи в певний момент часу вже початково накопичений, то попит на нього (а точніше на робочу силу) визначить деяку ринкову ціну (яка відповідає заробітній платі і відповідному граничному продукту).

Задача оптимізації індивідуального доходу працівника підприємства (особи) буде складатися в знаходженні максимального особистого доходу при характерному рівні самоінвестування, який в свою чергу визначається шляхом спостереження за людським капіталом працівника підприємства використовуючи адекватну систему атестації персоналу.

Гранична ринкова вартість одиниці сукупності визначеного рівня знань, умінь, навиків фактично дорівнює вартості одиниці відповідної робочої сили особи (частини її людського капіталу), яка потрібна підприємству для виконання даного виду роботи.

Однак існує певна проблема на шляху реалізації даної моделі. Звичайно, ринок праці, пред'являючи попит на деяку частину людського капіталу у вигляді набору спеціальних знань і навичок визначеного рівня, тобто визначеної продуктивності, оцінює дану продуктивність грошовим еквівалентом – запропонованою величиною заробітної плати (граничного продукту праці в грошовому вираженні). Однак, точка рівноваги для кожного рівня різна, що спостерігається за різницею в оплаті праці спеціалістів однакової кваліфікації на українських і західних підприємствах, які функціонують в Україні. Також серйозну складність в реалізації даної моделі може становити те, що накопичений людський капітал на певний момент часу (наприклад на момент прийняття на роботу) неможливо визначити в вартісному виразі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Грейсон Дж., О'Делл К. Американский менеджмент на пороге XXI века. – М.: Экономика, 1991. – 325 с.
2. Человеческий капитал: содержание и виды, оценка и стимулирование: монография [Текст] / [Смирнов В.Т., Сошников И.В., Романчин В.И., Скоблякова И.В.] ; под ред. д.э.н., профессора В.Т. Смирнова. – М.: Машиностроение-1, Орел: ОрелГТУ, 2005. – 513 с.
3. 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.
4. Лукашевич В.В. Основы управления персоналом. Учебное пособие / В.В. Лукашевич – М.: КНОРУС, 2007. – 232 с.
5. Кавецький В.В. Модель оцінювання людського капіталу підприємства. / В.В. Кавецький. // Матеріали XLV науково-практичної конференції. – Вінниця: ВНТУ, 2016, режим доступу: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2016/paper/view/447>

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.

ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНИХ, ЕКОЛОГІЧНИХ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ В ЖИТЛОВОМУ БУДІВНИЦТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В тезах проаналізовано динаміку зростання цін на газ за останні 10 років. Зроблено порівняння екологічних, енергоефективних будівельних матеріалів для індивідуального житлового будівництва. Обґрунтовано використання солом'яних блоків при індивідуальному житловому будівництві.

Ключові слова: житлове будівництво, солом'яні блоки, енергоефективність, екологічне будівництво.

Abstract

The paper analyzes the dynamics of gas prices growth over the past 10 years. The comparison of ecological, energy-efficient building materials for individual housing construction is made. The use of straw blocks in individual housing construction is justified.

Keywords: housing construction, straw blocks, energy efficiency, ecological construction.

Україна споживає у загальному балансі більше ніж 60-70% імпортованих енергетичних ресурсів, що робить її енергозалежною від інших країн світу. Більше ніж 30 % енергоресурсів витрачається на житловий сектор економіки. Аналіз енергоефективності існуючого житлового фонду показав, що втрати тепла через зовнішні стіни складають приблизно 30%, підвальні та горищні перекриття – 10%, віконні та дверні прорізки – до 30% [1, 2]. За останні 10 років ціни на енергетичні ресурси зросли в 18 разів (рис. 1) і очевидна їх подальша тенденція до зростання. Тому сьогодні все більш постає питання пошуку ефективних інноваційних рішень щодо енергозбереження в житловому будівництві на етапі будівництва.

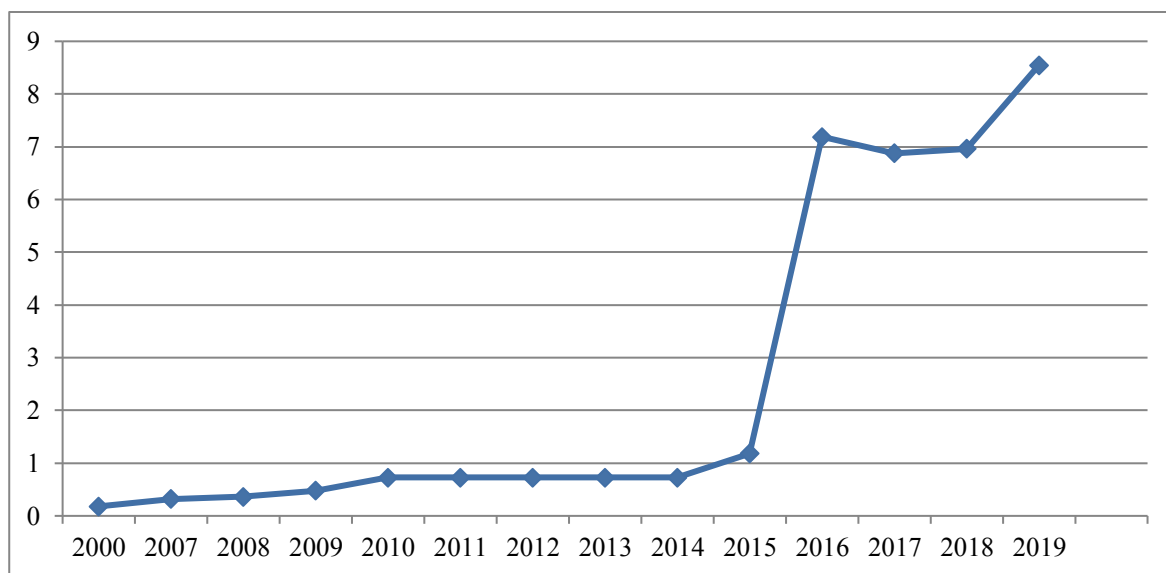


Рис. 1 Динаміка зміни тарифів за газ, грн/м³

Сьогодні на ринку будівельних матеріалів для індивідуального житлового будівництва пропонується велика кількість різноманітних сучасних матеріалів, які відрізняються за своїми технічними, екологічними та економічними параметрами. Розглянемо основні переваги та недоліки будівельних матеріалів, які можна використовувати при будівництві енергоефективного, екологічного індивідуального житлового будинку (табл.1).

Таблиця 1 – Переваги та недоліки будівельних матеріалів для еколого-економічно доцільного індивідуального житлового будівництва

Будівельний матеріал	Переваги	Недоліки
Каркасно-панельна з соломи, несучий елемент каркас з дерева	1. Висока заводська якість структурних елементів; 2. Простота та швидкість у зведенні (монтаж огорожуючої стіни 100м ² бригадою з 4-5 чоловік $\approx$ 3 дні);	1. Висока вартість (від 900 грн/м ² стіни або від 2900 грн/м ² чорнової обробки. 2. Потреба у швидкому оштукатуренні поверхні (залежність від погоди).
Солом'яні тюки, несучий елемент-тук	1. Мінімальна потреба у механізованій праці; 2. Дешевизна сировини (1-2\$/тук); 3. Відносна швидкість зведення (3-4 місяці); 4. Низька вартість житла (90-150\$/ м ²).	1. Значна частка ручної праці; 2. Потреба в швидкому укріпті при наявності опадів; 3. Стислі строки будівництва (не можна лишати на наступний рік незавершену коробку); 4. Відсутність оперативного контролю якості однорідної щільності блоків; 5. Обмеження кількості, місця розташування, ширини і висоти прорізів; 6. Потреба у витримці невизначеного періоду часу перед нанесенням захисної штукатурки системи покрівля-стеля-стіни для стабілізації усадки; 7. Обмеження по навантаженню (8,76...11,67) кН/м та довжині стін (нерозкріплених не більше 6м).
Арболіт	1. Підвищена міцність на згин (при транспортуванні та експлуатації); 2. Покращене звукопоглинання; 3. Негорючість; 4. Зручність обробки; 5. Відмінна повітропроникність, не зазнає гниття. 6. Незначне навантаження на фундаменти.	1. Непридатність для будівництва приміщень з високим вмістом вологи; 2. Потреба у ретельній гідроізоляції цоколя та у видовжених звисах покрівлі; 3. Наявність виробів низької якості на ринку.
Газоблок	1. Легкість; 2. Волого- та морозостійкість звукопоглинання; 3. Вогнестійкість, біологічна стійкість; 4. Зручність обробки; 5. Низька теплопровідність. 6. Мале навантаження на фундаменти.	1. Непридатність для будівництва приміщень з високим вмістом вологи; 2. Гігроскопічність; 3. Здатність до тріщиноутворення; 4. Ціна.
SIP-панель	1. Легкість; 2. Можливість зведення в будь-яку пору року; 3. Швидкий монтаж; 4. Низька теплопровідність.	1. Горючість; 2. Токсичність матеріалів; 3. Ризик пошкодження гризунами; 4. Потреба у примусовій вентиляції; 5. Довговічність.
Екокуб	1. Легкість; 2. Вогне та біостійкий; 3. Складається з біопозитивних матеріалів; 4. Відсутність потреби у складних інструментах та механізмах для монтажу; 5. Низька теплопровідність	1. Ціна.

З проведеного порівняння видно, що найефективнішим при індивідуальному житловому будівництві з точки зору енергоефективності та екологічності найкращим будівельним матеріалом є солом'яні тюки. Основними перевагами такого енергоефективного матеріалу є: його виготовлено з природних відновлюваних матеріалів (солома, костра льону/конопель), не потребує додаткового утеплення, доступна ціна, відхід від мокрих процесів при муруванні стіни, «дихаючі» стіни, швидкий монтаж (один блок замінює близько 40 цеглин стандартних розмірів) та може бути змонтований за пару хвилин, несуча здатність достатня для зведення 1-2 поверхових будинків. Будівництво індивідуального будинку з таких енергоефективних блоків дасть можливість суттєво скоротити витрати на опалення.

Вартість соломи, необхідної для зведення котеджу середньої величини (порядку 150-200 кв.м.) складе приблизно 500 доларів США [3]. Враховуючи те, що солома є дуже легким матеріалом, витрати на зведення фундаменту будуть незначними. І такі будинки не потребують додаткового утеплення огорожувальних

конструкцій. Витрати на зведення 1 м² з різних будівельних наведені в табл. 2 (витрати наведені приблизні, реальна вартість може відрізнятись на 30%).

Таблиця 2 – Порівняльна таблиця вартості зведення стін з різних матеріалів і технологій

№ п/п	Конструктив стіни	Товщина, мм	Вартість грн/м ²
1	Подвійний каркас з утеплення солом'яними блоками	450-500	400-500
2	Саман - блоки	400	300
3	Сруб – Циліндрований	200	350
4	Брус клеєний	220	900
5	Цегла керамічна (потрібне утеплення)	380	380
6	Блок ракушняку	400	350
7	Газобетон	300	400

На даний момент зведення солом'яного будинку за своєю вартістю знаходиться на рівні дерев'яних котеджів, так як у нашій країні відсутня інфраструктура, здатна забезпечити потокове виробництво солом'яних блоків для будівництва житла. Солому необхідно ретельно висушити, правильно зберегти, що визиває певні труднощі. Незважаючи на це з урахуванням концепції сталого розвитку, майбутнє за матеріалами з натурального походженням одним з яких є спресовані солом'яні блоки з злакових культур.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Волков В. П. Проблеми енергозбереження в житловому фонді // Економічний вісник університету, 2013. – Випуск № 20/1. – С. 83-90.
2. Беззуб І. Підвищення енергоефективності – запорука забезпечення енергетичної незалежності України. Електронний ресурс: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=745:pidvishchennya-energoefektivnosti&Itemid=350/
3. Проекти солом'яних будинків - Як побудувати будинок із соломи та глини своїми руками. Електронний ресурс: http://fainymaster.blogspot.com/2014/05/blog-post_2081.html
4. Житло в гармонії з природою. Будівництво з природних матеріалів. Електронний ресурс: https://ecobum.io.ua/s105515/skoko_skoko

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

Ratushnyak Olga Georgievna, Ph. D., associate Professor of the Department of enterprise Economics and production management of Vinnytsia national technical University, Vinnitsa, ogratushnyak@gmail.com

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто поняття «інновація» та особливості інноваційної діяльності в сільському господарстві.

Ключові слова: інновації, вдосконалення, процес, сільське господарство.

Abstract

The concept of "innovation" and features of innovative activity in agriculture are considere.

Keywords: innovation, improve, process, agriculture.

Вступ

Інноваційна діяльність в сучасних ринкових умовах є головною та основною передумовою ефективної діяльності підприємства будь-якої сфери економіки. Однією з актуальних проблем рівня розвитку економіки України є інноваційний шлях розвитку сільськогосподарського виробництва.

Адже саме такими підприємствами на сьогодні створюється майже третина валового внутрішнього продукту. Причому значення цієї галузі в структурі ВВП останніми роками помітно зросло: 2012 рік – 7,8% ВВП, 2014-й – 10%, 2016-й – 11,7%, 2017-й – 12,1% [1]. Але водночас агропромислове виробництво в Україні за продуктивністю й ефективністю відстає від країн Європейського Союзу.

Надзвичайної актуальності набуває пошук нових технологій, здатних забезпечити підвищення ефективності функціонування сільськогосподарської галузі в умовах зменшення природних ресурсів.

У зв'язку з цим, активізація інноваційного розвитку сільського господарства в Україні є одним з пріоритетних напрямів стратегічного розвитку та економічного зростання держави.

Дослідженнями інноваційної діяльності в сільськогосподарській сфері займалися чимало вчених, зокрема О. Донець, Т. М. Конєва, О.М. Величко, О. Янковська, Ж. Говоруха, М. Макаров, С. Баран, С. Ілляшенко, Т. Лепейко, Н. Маренкова, М. Корецький, М. Кропивко та ін.

Метою дослідження є визначення сутності інновацій та особливостей інноваційної діяльності в сільськогосподарських підприємствах.

Результати дослідження

Поняття «інновація» зародилося ще в XIX столітті, в розпал другої науково-технічної революції. Тоді стало популярно вкладати гроші в науку, так як гроші, вкладені в оновлення й поліпшення виробничих потужностей, досить часто поверталися назад сторицею. Так виникло слово «інновація». Innovation (англ.) — утворено з двох слів — латинського «novation» (новизна) й англійського префікса «in», що означає «в», «введення». Тому у перекладі з англійського «інновація» означає введення нового, відновлення.

Термін «інновація» вперше був уведений у науковий лексикон відомим австрійським економістом Йозефом Шумпеттером, що в буквальному перекладі означає «втілення наукового відкриття, технічного винаходу в новій технології або новому виді виробу» [2].

Сьогодні як у вітчизняній, так і світовій літературі характерна різноманітність поглядів на сутність поняття «інновація». Зосередимось на визначеннях вітчизняних науковців (табл. 1.1)

Таблиця 1.1 – Визначення поняття «інновація»

Автори	Визначення
Д.М. Черваньова, Л.І. Нейкова [3]	це техніко-економічний процес, який, завдяки практичному використанню продуктів розумової праці — ідей і винаходів, призводить до створення кращих за властивостями нових видів продукції та нових технологій, які, з'явившись на ринку як нововведення, можуть дати додатковий дохід
А. А. Пересада [4]	це процес доведення наукової ідеї або технологічного винаходу до стадії практичного використання, що дає прибуток, а також пов'язані з цим процесом техніко-економічні та інші зміни у соціальному середовищі
Л. Л. Антонюк, В. С. Савчук, А. М. Поручник [5]	нове явище, новаторство або будь-яку зміну, яка вноситься суб'єктом господарювання у власну діяльність із метою підвищення своєї конкурентоспроможності на внутрішньому і на зовнішньому ринках

Аналізуючи наведені визначення, можна зазначити, що інновації можна розглядати як результат або процес. Отже, інновація — це нововведення, будь-яка позитивна зміна, яка володіє самостійною цінністю, вноситься у діяльність для підвищення ефективності будь-якого виробничого процесу, конкурентоспроможності та економічної ефективності виробництва.

В існуючих дослідженнях сутності поняття «інновацій в сільському господарстві» акцент робиться на реалізації у господарській практиці нових сортів рослин, порід і видів тварин, птахів, нових і покращених продуктів харчування, матеріалів, нової техніки, нових технологій у рослинництві, тваринництві і переробній промисловості, нових форм організації та управління різноманітними сферами економіки, нових підходів до соціальних послуг, які дозволяють підвищити ефективність виробництва [7].

Для сільськогосподарських підприємств властивими є як загальноприйняті інновації: організаційно-управлінські та економічні, виробничі та техніко-технологічні, соціально-екологічні; так і специфічні, які обумовлені особливістю функціонування підприємства, тобто селекційно-генетичні.

Також слід відмітити, що інноваційний процес в сільському господарстві має ряд особливостей порівняно з іншими сферами господарювання, а саме:

- вибір технологій виробництва сільськогосподарської продукції залежить від природно-кліматичних умов;
- організаційна розірваність між дослідженнями та розробками (виконуваними спеціальними науково-дослідними організаціями) новаций і безпосереднім виробництвом;
- сезонність виробництва та тривалий виробничий цикл для деяких видів сільськогосподарської продукції;
- розосередження на великій території сільськогосподарського виробництва.

Дані особливості інноваційних процесі стикаються з великою кількістю перешкод на шляху їх використання в агропромисловому виробництві. До таких перешкод можна віднести:

- низький попит на інноваційні розробки серед виробників на внутрішньому ринку;
- не сформована державна інноваційна політика;
- низька підтримка та стимулювання підприємств державою для здійснення інноваційної діяльності;
- обмежені фінансові можливості аграрних підприємств [8].

Отже, інноваційні процеси в сільському господарстві мають свою специфіку. Вони характеризуються наявністю регіональних, галузевих, функціональних, технологічних і організаційних особливостей.

Розвиток інноваційної діяльності в сільському господарстві України – важливий напрям по нарощуванню конкурентних переваг, оскільки аграрна галузь економічно розвинутих країн поступово перетворюється в наукомістку галузь виробництва [9].

Незважаючи на великий потенціал сільського господарства в Україні, основними проблемами підвищення інноваційної активності є, на нашу думку, відсутність відповідної державної політики, кризові явища в сільському господарстві, дефіцит фінансових ресурсів.

Висновки

Отже, було проаналізовано основні особливості інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств та поняття «інновація», зокрема. В ході роботи було виявлено, що впровадження інновацій на сільськогосподарських підприємствах дасть можливість підвищити рівень конкурентоспроможності підприємств, зміцнити їхні позиції на міжнародному ринку аграрних товарів та покращити ефективність виробничо-господарської діяльності загалом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала и цикла конъюнктуры) / Пер. с нем. / Й. Шумпетер. — М.: Прогресс, 1982. — 455 с.
3. Черваньов Д.М. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України / Д.М. Черваньов, Л.І. Нейкова. — К.: Вид-во "Знання", 1999. — 516 с.
4. Пересада А.А. Управління інвестиційним процесом. — К.: Вид-во "Лібра", 2002. — 472 с.
5. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації : [монографія] / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. — К. : КНЕУ, 2003. — 394 с.
6. Донець О. Інновація та її особливості в аграрному секторі економіки України / О. Донець // Економічний аналіз. - 2013. - Т. 12(1). - С. 92-97. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2013_12%281%29_19
7. Конєва Т. М. Особливості впровадження інновацій сільськогосподарськими підприємствами України / Т. М. Конєва, А. М. Кикла // Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія"]. Серія : Економіка. - 2016. - Т. 285, Вип. 273. - С. 101-106. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchduoc_2016_285_273_19
8. Величко О. М. Особливості інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств / О. М. Величко. // Ефективна економіка. - 2013. - № 3. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_3_74
9. Нелеп В.М. Планування на аграрному підприємстві : підручник - 2-ге вид., перероб. та доп. / В.М. Нелеп. - К. : КНЕУ, 2004. - 495 с

Світлана Анатоліївна Зваричук— студентка групи МОФ-156, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: svzv1702@gmail.com

Науковий керівник: **Руда Лілія Петрівна** - канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту ВНТУ, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Svitlana A. Zvaryshchuk— Department of finance and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: svzv1702@gmail.com

Scientific supervisor: **Ruda Lillia Petrivna** - PhD, Assistant Professor of the Department of the Business economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

САМОМЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЗАСІБ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ В МАЙБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті проаналізовано роль самоменеджменту в формуванні й розвитку професійних навичок у майбутніх фахівцях у своїх галузях.

Ключові слова: самоменеджмент, фахівець, планування.

Abstract

The article analyzes the role of self-management in the formation and development of professional skills in future specialists in their fields.

Keywords: self-management, specialist, planning.

Вступ

Швидкість розвитку сучасного суспільства, масштабність соціально-економічних проблем вимагає від сучасного фахівця з менеджменту та адміністрування володіння навичками організації роботи персоналу та підприємства в динамічному оточуючому середовищі, організації свого життя, управління собою в часі, вмінням раціонально використовувати власні ресурси, обрання раціональної стратегії саморозвитку, самовдосконалення, самовизнання, що детермінується навичками самоменеджменту. Основна мета самоменеджменту полягає в тому, щоб максимально використовувати власні можливості, свідомо керувати плином свого життя (самовизначатися) і переборювати зовнішні обставини як на роботі, так в особистому житті [1].

Метою даної роботи є аналіз ролі самоменеджменту в професіональному розвитку фахівців з економічних спеціальностей.

Результати дослідження

Самоменеджмент доволі цікаве поняття, яке з однієї сторони здається зрозумілим кожному з самої лише назви, а з іншої сторони – це мистецтво, яке може покоритися не всім. То що таке цей самоменеджмент насправді?

Самоменеджмент – перш за все особисте управління самим собою. В його основу входять 6 основних концепцій, які відображено на рисунку 1.



Рис. 1. Коло правил: концепції самоменеджменту [2].

Першим кроком є постановка цілей – тобто те чого ми хочемо досягти.

Наступним кроком є планування – тобто розробка основних і альтернативних планів своєї діяльності.

Далі йде прийняття рішень – по завданням, що виконуються.

Потім йде реалізація і організація – тобто складання розкладу своєї роботи для досягнення цілей.

Наступним є контроль – мається на увазі самоконтроль і контроль за отриманими підсумками.

Ще однією додатковою концепцією є: «Інформація і комунікації» – вона розміщена у внутрішньому колі. Навколо неї, начебто, обертаються всі інші функції, тому що пошук та обмін інформацією здійснюються на всіх етапах процесу самоменеджменту. Для кожної концепції самоменеджменту розроблені робочі прийоми і методи їхньої реалізації, а також очікуваний результат у виді виграшу в часі, що складають техніку самоменеджменту.

Отже, якщо підсумувати все вище сказане, то головна перевага самоменеджменту для життя людини це є економія найціннішого активу людини – часу. Проте яким чином економія часу допоможе нам розвиватись як професіональним фахівцям у своїй спеціальності? Відповідь на це питання можна дати проаналізувавши і склавши до купи вчення багатьох вчених, які займалися дослідженням у сфері самоменеджменту.

Отож з'ясуємо як самоменеджмент може допомогти нам у професійній сфері в порівнянні з тим, щоб працювати без використання методів самоменеджменту. Для цього проаналізуємо вчення М. Вудкока та Д. Френсіса, які відобразимо у таблиці 1. [3].

Таблиця 1 – Ключові навички та потенційні обмеження афективного самоменеджменту за М. Вудкоком та Д. Френсісом

Ключові навички самоменеджменту	Потенційні обмеження у професійній сфері без застосування самоменеджменту
1. Здатність керувати собою (керувати часом, вміннями, енергією, справлятися зі стресами)	1. Невміння управляти собою
2. Розумні особисті цінності, ясні або адекватні сучасні реальності	2. Розмиті особисті цінності (не вистачатиме твердих підстав для суджень і наступних за ними дій, неготовність до нововведень)
3. Чіткі особисті цілі (ясність в питаннях особистого та ділового життя, реалістичні життєві цілі)	3. Невизначні особисті цілі, що приводять до недооцінки реальних альтернатив при здійсненні вибору
4. Постійний особистісний ріст (сприйнятливості до інновацій і можливостям)	4. Зупинений саморозвиток, відсутність "зростання над собою", що призводить до перетворення льодової життя в рутину
5. Навички вирішувати проблеми (наявність компетенцій у виробленні стратегій для вирішення сучасних проблем)	5. Недолік творчого підходу, відсутність креативного мислення

Виходячи з вище наведеної таблиці, можна виділити основні переваги самоменеджменту при формуванні молодого фахівця. Перша перевага є здатність керувати витратами свого часу на ту чи іншу справу, розподіляти енергію по мірі того скільки її потрібно затратити на виконання різних завдань. Тобто за допомогою методів самоменеджменту ми раціонально без зайвих витрат часу, енергії, здоров'я навчимося виконувати поставлені завдання, чого важко досягнути без умінь управляти собою. Як правило без навиків самоменеджменту забагато часу витрачається на менш важливі завдання лише тому, що вони перші в списку, а на більш важливі залишиться менше часу, або відразу з головою будемо кидатись виконувати завдання не розраховувавши своїх сил і далі вже не будемо в змозі фізично завершити справу.

Другою перевагою самоменеджменту є те, що за допомогою самоаналізу ми адекватно можемо визначити наші цінності, тобто те, що є для нас важливим у цьому житті. І завдяки цьому ми впевнені в тому, чого ми дійсно хочемо і що для нас дійсно важливо, тому нам легше зважувати варіанти і знаходити правильне рішення в складних ситуаціях. Коли без володіння методів само менеджменту нам важко чітко сформулювати, що для нас є важливим і яким чином потрібно поводитись у складній ситуації.

Третьою перевагою є чітке формулювання особистих цілей. Тобто ми чітко уявляємо, що ми хочемо досягти і працюємо для того, щоб ціль була досягнута. Завдяки цьому ми не витрачаємо багато часу і сили на безглузді справи й речі. Коли без чітких життєвих цілей ми віддаємо своє життя на вирішення долі й за необхідності не можемо прийняти важливих рішень при необхідності.

Четвертою перевагою використання методів самоменеджменту є постійний особистий ріст, який досягається за рахунок того, що на шляху до досягнення загальної цілі ми виконуємо проміжні завдання і за рахунок цього ми постійно розвиваємось і самоудосконалюємось. У протилежному випадку розвиток людини припиняється, адже в неї немає чітко встановленого життєвого шляху. І

коли в такому стані ми чогось досягаємо, ми не будемо прагнути досягти кращих результатів, а будемо задоволені тим, що в нас є.

Заключною перевагою є те, що при використанні методів самоменеджменту людині стає легше долати якісь проблеми, або важкі життєві ситуації. Це досягається тим, що плануючи свої професійні і особисті життєві цілі не завжди все йде по плану і доводиться шукати альтернативні шляхи досягнення цілей. Так у процесі постійного розвитку людині стає досвідченішою і її простіше знаходити шляхи вирішення життєвих і професійних проблем. У ситуації коли самоменеджмент не використовується людям важче долати якісь життєві негаразди і професійні проблеми. Адже за відсутності постійної практики у самостійному вирішенні особистих проблем людям важко критично обдумати ситуацію і знайти з неї правильне рішення.

Висновки

Отже, самоменеджмент – це мистецтво керувати собою і своїм життям. Головна перевага якого для життя людини це є економія найціннішого активу людини – часу.

З професійної точки зору завдяки використанню методів самоменеджменту людина отримує багато переваг як у житті так і в професійній діяльності перед людиною, яка не використовує цих методів. Це досягається за рахунок того, що використання методів самоменеджменту робить людину більш пунктуальною, цілеспрямованою, наполегливою, дає їй вміння вирішувати проблеми і знаходити вихід у складних життєвих ситуаціях. Таким чином самоменеджмент допомагає розвинути в людині як професійні здібності фахівця так і самовдосконалюватися як особистості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Самоменеджмент як використання ефективних методів в роботі керівника [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.ua/vnz/reports/management/14670>;
2. Ю. М.Стасюк Самоменеджмент: конспект лекцій. [Електронний ресурс]. Дніпропетровськ, ДНУ, 2012. – 89 с. – Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/2426769>;
3. Освітній портал «Studme» : Режим доступу: <https://studme.com.ua/1292042812728>.

Лошак Михайло Володимирович – студент групи Мов-15б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, fm.3mo15.loshak@gmail.com.

Науковий керівник: **Ратушняк Ольга Георгіївна** – кандидат технічних наук, доцент, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

LoshakMykhailoVolodymyrovych - student of the MOB-15b group, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, fm.3mo15.loshak@gmail.com.

Scientific supervisor: **Ratushnyak Olga Georgievna** - candidate of technical sciences, associate professor, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ УПРАВЛІННЯ ЧАСОМ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ «ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ» У СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті подані результати дослідження направлені на вирішення проблеми неефективного управління часом серед молоді та проаналізовано ефективність управління часом, досліджено основні причини втрат часу. Запропоновано практичні рекомендації щодо підвищення ефективності «тайм-менеджменту».

Ключові слова: тайм-менеджмент, колесо балансу, управління, туристичні послуги, управління часом.

Annotation

The article presents the results of the study aimed at solving the problem of inefficient time management among young people and analyzed the effectiveness of time management, investigated the main causes of time loss. Practical recommendations for improving the efficiency of "time management" are proposed.

Keywords: timemanagement, wheelbalance, management, touristservices, managementhour.

Вступ

Однією з особливостей сучасного етапу становлення інформаційного суспільства є бурхливий розвиток системи неперервної освіти, «освіти впродовж усього життя» (life-long learning), в якій вміння та навички кожної людини самостійно й ефективно вчитися та креативно працювати стають нагальною потребою. Це вимагає від сучасної людини, зокрема студентської молоді високого рівня ефективної самоосвіти, самоорганізації та самореалізації. Для всього цього сучасній молоді в умовах дефіциту часу необхідно наполегливо оволодівати складним мистецтвом раціонального управління своїм власним навчальним, робочим та вільним часом впродовж усього свого життя, що сприятиме збереженню й зміцненню свого здоров'я та тривалому активному довголіттю.

Мета даної статті – розкрити сутність поняття «тайм-менеджмент», дослідити як управляють часом студенти та розробити рекомендації щодо ефективності та раціональності його використання студентами.

Аналіз досліджень у галузях менеджменту та психології свідчить про цілком виправдане посилення інтересу до проблеми управління часом. Питанням підвищення ефективності використання часу займалися як вітчизняні, так і зарубіжні вчені, такі як: Г. А. Архангельський, С. Кові, Б. Трейсі, Д. М. Гранін, Г. Захаренко та інші.

Результати дослідження

Тайм-менеджмент в перекладі з англійської означає (timemanagement) «управління часом». Часом, звісно, керувати не можна, і реальне завдання тайм-менеджменту – раціональне розподілення та ефективне використання часу дня і тижня, тобто це облік і оперативне планування часу. Звідси, управління часом – сукупність методик оптимальної організації для виконання поточних задач, проектів та календарних подій [1, с.45].

Тайм-менеджмент, або управління часом, – це система, спрямована на узгодження своїх дій із часом. Це наука про те, як спланувати чіткий графік роботи на день, тиждень, місяць, рік або все життя. У результаті оптимізації робочий час можна використовувати ефективніше. Тайм-менеджмент стосується не лише організації робочого часу, а й обстановки робочого місця, спілкування з колегами по роботі й багатьох інших чинників, які можуть вплинути на певний час [2, с.17].

На сьогодні раціональне використання часу для студента – це невід’ємна частина життя, адже існує величезна кількість можливостей, які молода людина зі статусом студента може використати. Дуже часто студенти поєднують навчання з роботою, захопленнями, подорожами, молодіжними обмінами і в той час, коли обов’язків стає надто багато, важливо правильно розподілити свій час. Якщо людина матиме забагато справ одночасно, неорганізований робочий день, постійну втому та відсутність нормального відпочинку та сну, це може призвести до погіршення здоров’я та важких психологічних захворювань.

Сьогодні існує проблемна ситуація, яка полягає в протиріччі між можливостями та обов’язками молодої людини і умінням її раціонально та ефективно розподіляти власний час. Тому на прикладі студентів одного із університетів було вирішено провести наукове дослідження, яке б продемонструвало обізнаність студентів щодо організації та власного часу та використання навичок тайм-менеджменту.

Об’єктом даного соціологічного дослідження є студенти четвертого курсу факультету менеджменту та інформаційної безпеки Вінницького національного технічного університету. Об’єкт дослідження складається з 50 осіб, серед яких 11 (22%) чоловічої статі та 39 (78%) – жіночої, віком від 20 до 22 років. Предметом соціологічного дослідження є ставлення студентів до ефективної організації власного часу та управління ним.

Мета даного соціологічного дослідження – з’ясувати як студенти Вінницького національного технічного університету ставляться до ефективної організації власного часу та на основі отриманих результатів розробити практичні рекомендації щодо можливих шляхів вирішення проблеми відсутності ефективного тайм-менеджменту.

В ході даного соціологічного опитування було виявлено, що 98% респондентів усвідомлюють необхідність «тайм-менеджменту» в своєму житті і вважають застосування методик «тайм-менеджменту» важливою складовою правильно організованого життя. Однак далеко не уся сучасна молодь може ефективно використовувати свій час (рис. 1).

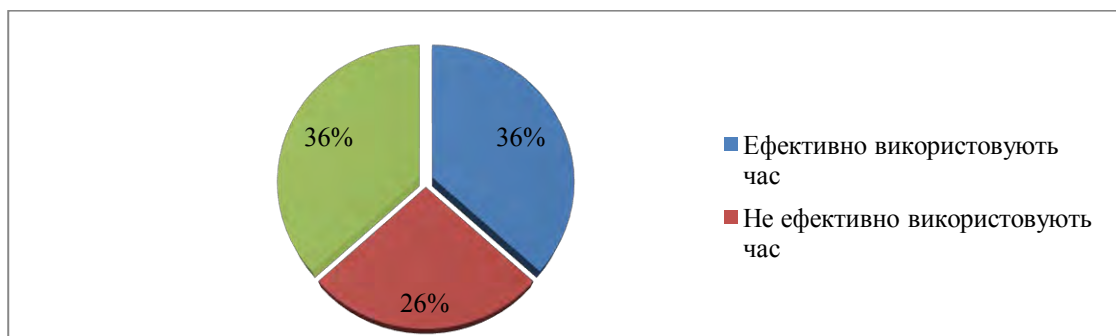


Рис. 1. Ефективність організації власного часу сучасною молоддю

Сьогодні для того щоб вижити в сучасному світі більшість студентів, особливо старші курси змушені поєднувати навчання з роботою. З опитуваних респондентів їх кількість склала 78%, але в той же час більшість сучасної молоді має достатньо вільного часу на свої хобі, друзів та інші справи (рис. 2).

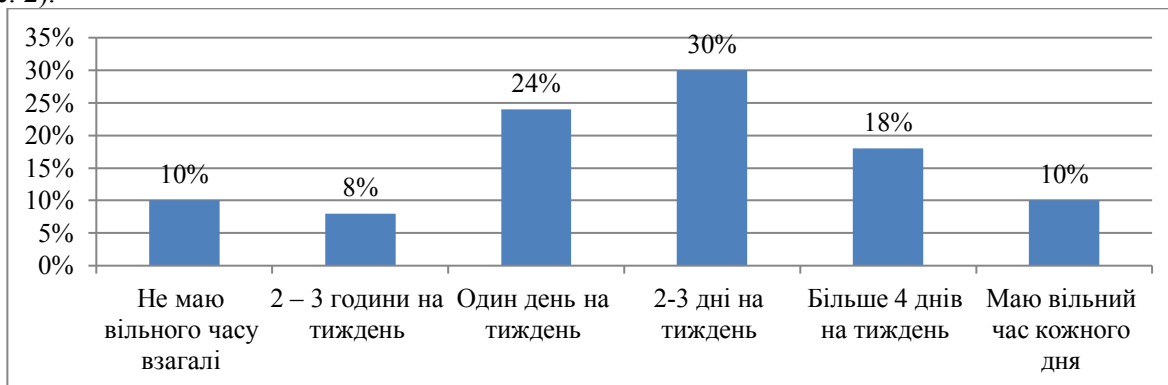


Рис. 2. Кількість вільного часу в студентів протягом тижня

Не дивлячись на те, що більшість молоді має достатньо вільного часу на саморозвиток, самовдосконалення, нажаль половина з них використовують його не ефективно. Дуже суттєво на використання свого часу впливають хронофаги (поглиначі часу). Більшість респондентів не ефективно витрачають його в соцмережах, на пусті розмови, не вміють чітко формулювати свої цілі, розставляти пріоритети в справах, не вміють говорити «ні», не вміють ефективно використовувати свій час під час довгих очікувань тощо.

Для успішного навчання та підвищення працездатності студентам необхідно правильно харчуватися і спати не менше 8 годин на добу. За результатами досліджень виявлено, що більшість студентів (біля 80 %) витрачає на сон 6-8 годин на добу, що позитивно відображається на їх навчанні, оскільки студент, який усю ніч готується до контрольної або іспиту, не зможе написати краще, ніж якби він гарно відпочив. Крім здорового сну молоді необхідно достатньо уваги приділяти здоровому способу життя, а саме прогулянкам на свіжому повітрі, загальному фізичному стану, правильному харчуванню, тощо. Отже, при формуванні навичок тайм-менеджменту необхідно формувати ще навички здорового життя.

Одним із шляхів вирішення проблем тайм-менеджменту є побудова колеса життя, яке має на меті допомогти визначити основні життєві пріоритети, що оптимізує використання часу. За допомогою життєвого колеса балансу можна подивитися на своє життя з боку і з'ясувати, чого не вистачає, а що - в надлишку. Воно допоможе зрозуміти і вирішити деякі проблеми. Іноді в житті виникають складності, а людина не знає, звідки їх коріння, що послужило виникненню. Допомогти розібратися в цьому може колесо балансу. Воно дає можливість зрозуміти, з яких складових складається ваше життя, що в ній дійсно важливо, а що - другорядне, воно дасть відповіді на багато питань, а також інструкцію до дії. Життя людини складається з кількох сфер: робота, сім'я, здоров'я, спорт, саморозвиток і т.д. Людина перебуває в гармонії з собою тільки в тому випадку, якщо однаково реалізується у всіх життєвих сферах. Звичайно, це в ідеалі. Колесо балансу здатне показати, що потрібно підтягнути, а де збавити. Цю вправу потрібно робити мінімум один раз на місяць, щоб контролювати своє життя і свої результати розвитку в якійсь галузі. Нами було проведено аналіз колеса балансу студентів та обчислено кожен критерій в середньому (рис. 3). Можна зробити висновок, що найважливішим для опитаних респондентів є духовний розвиток (9,4) та їх оточення і друзі (9,1). Критерії, які набрали найменше балів це особисте зростання та фінанси – 6,3 та 5 балів відповідно.

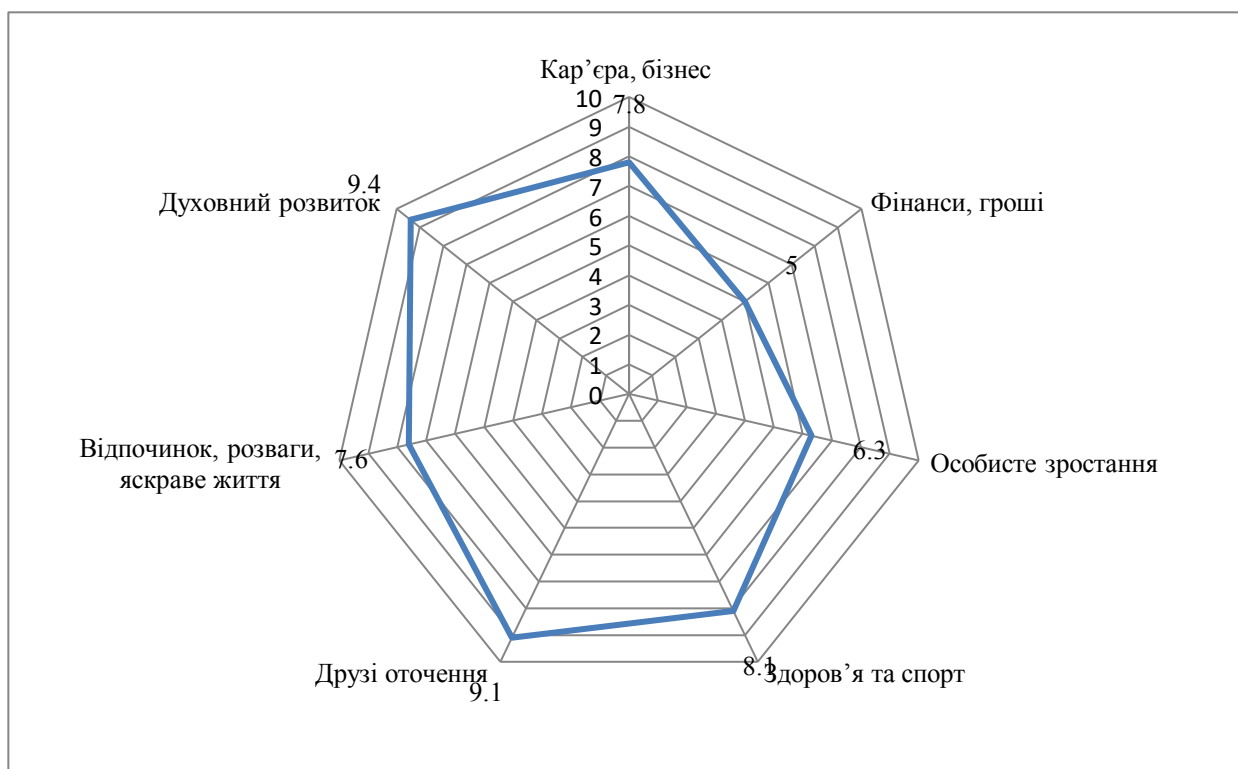


Рис. 3. «Колесо балансу»

За отриманими результатами соціологічного дослідження можна зробити висновок, що гіпотеза була повністю підтверджена в частині того, що більшість студентів (98%) є обізнаною щодо базових прийомів управління часом та гіпотеза було частково підтверджена в частині того, що респонденти не мають відповідних навичок та практики використання тайм-менеджменту.

Для покращення управління власним часом пропонуємо дотримуватись таких рекомендацій:

1) Планувати часу. В ідеалі планувати необхідно не тільки робочий, але й особистий час. Будь-яка успішна людина управляє своїм часом, інакше вона просто не змогла б добитися успіху. Планування є невід'ємною складовою успіху та фінансової незалежності. Планування робочого часу можна здійснювати двома способами: на папері (в блокноті, органайзері); електронному вигляді (гугл-календарі, різноманітні веб-сервіси).

2) Управління часом слід здійснювати в короткостроковій, середньостроковій та довгостроковій перспективі (тобто, ставити собі цілі на день, на тиждень, на місяць, на рік і далі). Починати планування робочого часу найкраще з короткострокових періодів: з вечора скласти собі план дій на наступний день, потім з ранку діяти згідно з намеченим планом, ввечері аналізувати його виконання і планувати наступний день [4, с. 195].

3) Боротьба з поглиначами часу. У кожної людини є свої поглиначі часу – це ті чинники, які не приносять ніякої користі, але при цьому віднімають значну кількість часу. Зараз найчастіше це соціальні мережі, Інтернет, комп'ютерні ігри, телевізор, для когось – балаканина по телефону, паління і т.д. Застосовуючи правила тайм-менеджменту, намагайтеся вже відразу виключати зі свого робочого процесу всіх поглиначів часу.

4) Розстановка пріоритетів. Ще один важливий принцип тайм-менеджменту – вміння правильно розставляти пріоритети. Найкраще розділяти всі завдання, які стоять перед Вами, за двома напрямками: терміновість і важливість. Потім, плануючи свій робочий день, в першу чергу вписувати в план важливі і термінові справи, далі термінові і не дуже важливі, потім важливі і не дуже термінові і так далі, в міру спадання терміновості і важливості. Не можна переходити до менш важливим і менш термінових справ, поки Ви не закінчили більш важливі і більш термінові. Дуже багато прийомів тайм-менеджменту засновані на принципі грамотної розстановки пріоритетів [5, с. 195].

5) Використовувати правило Парето. Існує так званий Закон Парето, який говорить про те, що 20% відсотків дій приносять 80% результату, і, навпаки, 80% витрачених зусиль приносять лише 20% результату. Певною мірою його можна застосувати і до управління часом. Сутність цього методу тайм-менеджменту полягає в тому, що необхідно вміти фільтрувати непотрібні і малоефективні завдання і дії, яких, згідно з правилом Парето, аж 80%, і концентрувати свою увагу і зусилля на тих 20%, які здатні забезпечити максимально ефективний результат.

6) Від складного до простого. При плануванні робочого часу найскладніші завдання необхідно ставити на початок дня, а потім рухатися до кінця дня в міру спадання складності. Справа в тому, що спочатку у людини більше сил, і вона швидше і легше впорається зі складними завданнями.

7) Не робити багато справ одночасно. Теорія тайм-менеджменту говорить про те, що не можна починати нову справу (а тим більше - декілька), не закінчивши стару. Звичайно, це не відноситься до тих ситуацій, коли виконання одного завдання вимагає тривалих простоїв у роботі (наприклад, очікування відповіді від партнерів і т.д.).

Висновок

Отже, управління часом стосується більшою мірою організації власного та робочого часу, ніж його економії. Людина, а особливо молода людина, яка має безліч можливостей, повинна прагнути до правильного розподілу часу відповідно до особистих інтересів та інтересів роботи. Потрібно так використовувати час, щоб забезпечити виконання максимальної кількості завдань, які, у свою чергу, обумовлюють виконання проміжних завдань, що й приведуть до реалізації основної мети, але в той самий час не призводити до перевтоми та перенавантаження. Для цього потрібно мати час для відпочинку та здорового сну. Успішне втілення в роботі принципів ефективного використання часу залежить насамперед від самої людини і від її бажання працювати раціонально. Стає очевидним, що для того, щоб шляхом постановки чітких цілей, правильного вибору пріоритетів і планування свого часу досягти більшої ефективності, потрібно докласти певні зусилля і витратити певний час. Щоб ефективно управляти робочим часом, необхідно дотримуватись звичайних речей, а саме позбутися на робочому столі від всього непотрібного, дотримуватися порядку, вміти делегувати повноваження, не відкладати справи на потім та враховувати власні біоритми. Управління власним часом допоможе

досягнути, як гармонії в особистому житті, так і покращення ефективності навчання та досягнення успіху в багатьох сферах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Архангельский Г.А. Организация времени. От личной эффективности до развития фирмы. / Г. А. Архангельский—СПб.: Питер, 2008. – 448 с.
2. Захаренко Г. Тайм-менеджмент / Геннадій Захаренко. – К. : Європ. ун-т, 2004. – 348 с.
3. Кови С. Семь навыков высокоэффективных людей. / С.Кови– М.: Омега-Л, 2005.– 114 с.
4. Майсюра О.М. Про ефективність використання особистого часу (до питання тайм-менеджменту). /О. М. Майсюра// Актуальні проблеми економіки. – 2010. - №2 (104). – С. 196-200.
5. Управління часом. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/...E%D0%BC>

Подольчук Катерина Василівна – студентка групи МОФ-15б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: fm2mo15.podolanchuk@gmail.com

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

Kateryna Podolanchuk – Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: fm2mo15.podolanchuk@gmail.com

Ratushnyak Olga Georgievna, Ph. D., associate Professor of the Department of enterprise Economics and production management of Vinnytsia national technical University, Vinnitsa, ogratushnyak@gmail.com

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація.

В даній роботі було досліджено перспективи розвитку соціального підприємництва. Визначено перспективні напрямки вдосконалення діяльності соціальних підприємств в Україні.

Ключові слова. Соціальне підприємництво, перспективи, розвиток, прибуток, суспільні потреби

Abstract.

In this paper, the prospects for the development of social entrepreneurship were explored. The perspective directions of improvement of activity of social enterprises in Ukraine are determined.

Keywords. Social entrepreneurship, prospects, development, profit, social needs

Вступ

Євроінтеграційні процеси в Україні та значні економічні зміни вимагають впровадження нових перспективних форм господарювання, діяльність яких направлена не лише на отримання прибутку, а перш за все, на вирішення суспільних потреб, що є особливо актуальним в сучасних кризових умовах.

Дослідженню стану соціального підприємництва присвячено праці вітчизняних та зарубіжних вчених серед яких: М. Батальна, І. Березяк, З. Галушка, В. Назарук, Т. Шаповалова, В.Вайнер, Г. Діз, Б. Дрейтон, Б. Торлі, ін. Проте значна кількість питань, щодо подальших перспектив розвитку соціального підприємництва потребує подальших досліджень.

Мета роботи полягає в дослідженні та аналізі перспектив розвитку соціального підприємництва в Україні, визначенні напрямків його розвитку.

Результати досліджень

Як зазначається [1], ідея соціального підприємництва привернула увагу науковців та бізнесменів, на тлі сучасного загострення багатьох соціальних, екологічних та економічних проблем, ставши новою парадигмою підприємницького мислення. Соціальне підприємництво поєднує ділову винахідливість з власними матеріальними ресурсами, виступаючи механізмом виявлення та ефективного вирішення окреслених проблем.

Хоча термін «соціальне підприємництво» порівняно новий, саме явище має давню історію. Терміни «соціальне підприємництво» і «соціальний підприємець» вперше згадуються в 1960-х роках в англомовній літературі, присвяченій питанням соціальних змін. Вони стали широкоживаними в 1980-х роках, зокрема, завдяки зусиллям Б. Дрейтона, засновника компанії Ашока.

У 19 та 20 століттях деякі з найбільш успішних соціальних підприємців сприяли поширенню інновацій, корисність яких була оцінена так високо, що вони були впроваджені в національних масштабах за підтримки держави чи бізнесу. [2]

Найбільш поширене визначення соціального підприємництва належить Г. Дізу, який виділив п'ять факторів, що його визначають:

- (1) прийняття на себе місії створення і підтримки соціальної цінності (блага);
- (2) виявлення і використання нових можливостей для реалізації обраної місії;
- (3) здійснення безперервного процесу інновацій, адаптації і навчання;
- (4) рішучість дій, не обмежена розташовуваними ресурсами;
- (5) висока відповідальність підприємця за результати своєї діяльності - як перед безпосередніми клієнтами, так і перед суспільством [2-3].

У наукових публікаціях термін «соціальне підприємництво» можна знайти вперше в 1972 р., завдяки Б. Дрейтону, він визнає соціальне підприємництво як інноваційний підхід, завдяки якому індивіди можуть вирішити серйозні соціальні проблеми, з якими стикається їх спільнота. Діяльність соціального підприємця полягає в розпізнанні ситуації, коли частина суспільства обмежена у своєму розвитку та усуненні відповідних обмежень. Б.Дрейтон підкреслює, що соціальне підприємництво є беззаперечно важливим інструментом для економічного та соціального розвитку не лише для слаборозвинутих, але й для країн, що розвиваються, та розвинутих країн [1].

Соціальне підприємництво виникло як відгук на хронічні соціальні проблеми: безробіття, бідність, роз'єднаність громади тощо. Соціальне підприємництво допомагає надавати державні послуги в новий спосіб та задовольняти потреби громади; створювати робочі місця; збагачувати професійний досвід людей, які працюють у соціальних підприємствах, задля подальшого працевлаштування за сучасних ринкових умов; розвивати громади, залучаючи до громадського життя соціально вразливі групи населення, забезпечуючи їх членів роботою; розширювати активність громадян, які можуть самостійно розв'язувати свої проблеми та брати відповідальність за своє життя; посилювати увагу до соціально незабезпечених груп населення, не стільки надаючи їм благодійну допомогу, скільки забезпечуючи їх корисною соціально значущою роботою тощо. [4].

В Україні не існує законодавчо затверджених понять «соціальне підприємництво», «соціальне підприємство», «підприємства соціальної економіки». Таким чином можна зробити висновок, що офіційно соціальних підприємств і соціального підприємництва в Україні немає. Однак у різних нормативно-правових джерелах існують положення, що дозволяють створювати підприємства, які за міжнародними стандартами можуть бути класифіковані як соціальні [1].

ВИСНОВКИ

До основних напрямів розвитку діяльності вітчизняних соціальних підприємств можна віднести::

- 1) Покращення умов функціонування соціального бізнесу.
- 2) Підтримка соціальних підприємств з боку держави (пільгове кредитування, забезпечення особливих умов оподаткування).
- 3) Надання можливостей для інформування населення щодо суспільної корисності діяльності соціальних підприємств.
- 4) Розвиток освітньої, фінансової, інноваційної та інвестиційної складових у сфері соціального підприємництва

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1) Наумова М. Сутність соціального підприємництва та його роль у соціально-економічному розвитку суспільства [Електронний ресурс] / Режим доступу: [http://www.file:///C:/Users/user/Downloads/Uap_2014_4_7%20\(1\).pdf](http://www.file:///C:/Users/user/Downloads/Uap_2014_4_7%20(1).pdf)
- 2) Сотула О.В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки / О.В. Сотула // Ефективна економіка. – 2014. – №4 [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1988>
- 3) Dees, J.G. The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University's Fuqua School of Business, 2001 (revised vers.). [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf
- 4) Кіреєва О. Б. Соціальне підприємництво як засіб соціального розвитку / О. Б. Кіреєва // Пробл. упр. соц. та гуманіст. розв. : матеріали III регіон. наук.-практ. конф. / за заг. ред. В. Г. Вікторова. – Д. : ДРІДУ НАДУ, 2009. – С. 79 – 82.

Руда Лілія Петрівна - к.е.н, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, email: rudalist_ok@ukr.net

Ruda Lillia Petrivna - PhD, Assistant Professor of the Department of the Business economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: rudalist_ok@ukr.net

АНАЛІЗ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЇ СИСТЕМИ ЯК ВАЖЛИВОГО ІНСТРУМЕНТУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі розглянуто основні фактори, які впливають на інноваційний розвиток малого бізнесу на Україні та проведено аналіз стану франчайзингової системи, як одного із основних інструментів цього розвитку.

Ключові слова: франчайзинг, інновації, підприємництво, аналіз, система, галузь.

Abstract

The paper considers the main factors that influence the innovative development of small business in Ukraine and analyzes the state of the franchising system as one of the main tools of this development.

Keywords: franchising, innovation, entrepreneurship, analysis, system, industry.

Вступ

Малий бізнес в Україні налаштований на розвиток, незважаючи на несприятливий бізнес-клімат та складнощі з отриманням кредитів. За даними дослідження [1] 82% українських компаній потребують кредитних коштів. При цьому 65% опитаних мають із цим труднощі, із них для 15,5% вважають, що залучення кредитів – «абсолютно неможливе».

Загалом, економічна ситуація в Україні не сприяє розвитку малого бізнесу – так вважають 68,2% опитаних [1]. Лише 3% респондентів повністю задоволені бізнес-кліматом в Україні. Такими є висновки Індексу настроїв малого бізнесу, який вперше провела Європейська Бізнес Асоціація спільно з компанією ЛІГА:ЗАКОН у межах проекту Unlimit Ukraine. Мета дослідження – співпраця з малим і мікробізнесом та аналіз точок зростання, які стимулюватимуть його розвиток. У межах дослідження опитано 278 власників і директорів малого бізнесу усіх сфер діяльності. Близько 40% опитаних компаній були засновані у кризові 2015 – 2017 роки.

Результати дослідження

При проведенні аналізу факторів, що впливають на інноваційну активність малих підприємств на Україні, були виділені п'ять основних проблем, що гальмують процес створення нових малих та середніх підприємств. Це такі, як:

- 1) недоступність кредитів (65%),
- 2) інфляція (56,3%),
- 3) рівень податкового навантаження (42,24%),
- 4) високий рівень корупції (41,9%),
- 5) нестача кваліфікованих фахівців (39,3%) .

Разом з тим, лише 4% респондентів вважають, що насамперед інфляція заважає розвитку бізнесу. Близько 21,6% опитаних назвали систему оподаткування головною сферою, яка потребує змін. 14,7% опитаних найбільше стурбовані доступністю кредитних коштів, для 9% – найбільш неприйнятним є рівень корупції. По 6,1% респондентів хотіли б найперше змінити на користь свого підприємства ситуацію з державною підтримкою бізнесу та платоспроможністю населення.

За результатами дослідження загальний Індекс настроїв малого бізнесу становить 3,2 із 5-ти можливих, що відповідає нейтральному рівню [1]. При цьому такі складові Індексу, як оцінка поточного стану бізнесу, динаміка його розвитку за останні 6 місяців, прогноз ситуації на наступні 6 місяців та оцінка бізнес-клімату виявили кардинально протилежні настрої з боку підприємців.

На сьогодні одним із факторів, що впливають на інноваційну активність малих підприємств в Україні, є місія Європейської Бізнес Асоціації, яка полягає у поліпшенні інвестиційного середовища в Україні та сталій підтримці малого бізнесу. Кілька років тому було започатковано для цього дуже

важливий проект Unlimit Ukraine. Ідея проекту полягає в тому, що великий бізнес може поділитися своїм досвідом з малими підприємцями. Тож, в рамках проекту було розпочато консультування малого бізнесу, підбір команди менторів з досвідчених CEO (оптимізації для пошукових систем) великих компаній, які щедро ділилися експертизою з молодими та амбітними українськими підприємцями. Наступний етап розвитку проекту – створення платформи Unlimit Ukraine для розвитку малого та мікробізнесу на базі Європейської бізнес-асоціації. Проект надає комплексну підтримку для малого та мікробізнесу через освітні заходи і консультації, участь у спецпроектах, діагностику проблем бізнесу й обговорення актуальних для нього питань. Учасником проекту може стати малий і мікробізнес із формою власності ФОП без обмеження видів діяльності.

Обмеженість засобів державної та регіональної підтримки малого підприємництва підвищує роль таких альтернативних інструментів фінансово-кредитного розвитку вітчизняних малих підприємницьких структур як бізнес-ангели, банківське кредитування, лізинг, факторинг, франчайзинг і венчурне фінансування.

Останнім часом достатньо важливим інструментом та потужним імпульсом інноваційного розвитку малого підприємництва можна вважати франчайзингову систему, оскільки саме вона є тією формою організації бізнесу, вироблена світовою практикою, яка в комплексі з іншими ринковими структурами могла б стимулювати подальший розвиток малого бізнесу в Україні.

Станом на 2017 р. в Україні нараховується близько 250 компаній, що просувають свою франчайзингову пропозицію та залучають як мінімум одного партнера-франчайзі [2]. Сумарно ці компанії об'єднують понад 6000 точок й співпрацюють з більш ніж 3 тис. франчайзі. У франчайзингових мережах зайнято понад 361 тис. працівників малого бізнесу, що в розрахунку на один мережевий об'єкт у середньому припадає майже 9 осіб. Для порівняння: у Франції цей показник становить 1658, в Туреччині – 1888, в Китаї – 4000 франшиз [3].

Загалом, оборот франчайзингу в Україні за даними експертів ринку, оцінюють приблизно у 1,5 млрд. дол. США, що становить близько 3% товарообігу країни. Якщо врахувати, що в розвинених країнах світу у франчайзингу обертається від 40 до 60% загального товарообігу, то ми можемо зрозуміти, який високий потенціал ми маємо.

Аналізуючи розвиток франчайзерів за 2006-2016 рр. бачимо, що в Україні він стрімко розвивається. Так, у 2006 р. кількість франчайзерів становила лише 70, а вже у середині 2012 р. ця цифра значно зросла і сягла позначки 411 підприємств. Позитивну тенденцію було порушено у 2014 та у 2015 роках, коли нестабільна ситуація на сході України торкнулась усіх сфер економіки, і франчайзингових суб'єктів господарювання зокрема, ставши своєрідною перевіркою концепцій на витривалість та рентабельність [2, 4]. Разом з тим, слід зауважити, що з появою все більшої кількості франчайзерів, зростає на ринку України і число франчайзі. Наприклад, у 2006 р. подібних підприємств налічувалось 400 одиниць, а станом на 2016 рік їх вже 22639 одиниць. Подібні цифри доводять той факт, що франчайзинговий спосіб організації бізнесу стає з року в рік все більш привабливішим в Україні, при чому як для франчайзерів, так і потенційних франчайзі [3].

Що ж стосується галузевого розрізу, то франчайзингові відносини в нашій державі розвиваються у галузі торгівлі (супермаркети, торгівля промисловими та продовольчими товарами), громадського харчування (fast food, ресторани, здорове харчування, суши), надання послуг індивідуальним споживачам (туристичні, спортивні послуги, автосервіс, навчання, послуги хімчисток, салонів краси тощо), та суб'єктам підприємництва (консалтинг) й виробництва [2,3].

Значимо, що лідируючі позиції за масштабами розвитку франчайзингу, займає уже багато років поспіль саме сфера торгівлі, яка охоплює 36% галузей. На другому місці знаходяться підприємства, які надають різноманітні послуги населенню й демонструють найбільший показник збільшення кількості брендів (на 47%). Серед найбільших вітчизняних франчайзерів у сфері послуг доцільно відзначити туристичну франчайзингову мережу компанії «Вояж-Київ» (торговельна марка «Галопом по Європах»), «Софт Сервіс Холдинг» (торговельна марка «Декор Сервіс») та мережі агенцій «Горящие путевки» та «Аккорд» [2]. Трійку лідерів замикає досить популярна серед учасників франчайзингових відносин – сфера харчування. Ця галузь лідирує за кількістю функціонуючих франчайзі, що пояснюється кон'юнктурою та тенденціями вітчизняного ринку громадського харчування швидкого обслуговування [2].

Переважає кількість франчайзингових точок – це ринок ресторанного бізнесу, який займає найбільшу частку – біля 55% від усіх брендів. Загалом на сьогодні в Україні у сфері громадського харчування працює близько 40 франчайзингових мереж. Серед українських компаній безумовним лідером – є львівська компанія «Система швидкого харчування» (FFS), довівши своєю діяльністю, що франчайзинг може бути дієвим та ефективним видом підприємницької діяльності не лише тоді, коли

у ній задіяні міжнародні концерни. Також, за версією журналу Forbes, «Наша ряба» уже третій рік поспіль лідирує у рейтингу найдорожчих українських брендів, в системі якої працюють тисячі торговельних точок. Цей факт вказує на те, що українські компанії в майбутньому можуть стати конкурентами іноземним франшизам [2,3].

За останні роки зростає кількість іноземних компаній, які виявляють зацікавленість у співпраці з українськими партнерами на основі франчайзингу. Водночас і вітчизняні підприємці охочіше долучаються до франчайзингових відносин, оцінюючи вище перелічені переваги такої співпраці. На території нашої держави представлені франчайзингові мережі із Польщі, Росії, Нідерландів, Франції, США, Німеччини, Великобританії та інших країн [2, 5].

Найбільші іноземні франчайзери, що працюють на території України, пов'язані з торгівлею нафтопродуктами за системою джоббінгу («ГНК-Україна», «Лукойл-Україна» і «Альянс-Україна»), а також класичними ресторанами і закладами фаст-фуд (Pizza Chelentano, «Картопляна хата», «Максмак», «Два гуся», мережі ресторанів «Козирної карти», «Пан Пицца», «Ростик'с», Baskin-Robbins). Крім того, за франчайзингом працюють представники роздрібної торгівлі: одяг – Sensus, Gregory Arber, VD One, Argo Trading і Sela; взуття – «Монарх» і «Еконіка». Також такий механізм використовують хімістки American Clearens International і Un Momento, мережа магазинів фотопослуг Kodak, мережа СТО Bosch Auto Service, фітнес-клуб «Планета Фітнесс», «ІС: Франчайзинг», виробництво косметики і побутової хімії «Henco», «JandJ», «Procter and Gamble» та інші [2,3].

Висновки

Однак, незважаючи на всі переваги франчайзингу й перспективність його застосування в економіці України, буде перебільшенням стверджувати, що у нашій державі створені усі умови, необхідні для розвитку франчайзингових відносин. Адже існує низка чинників, що стримує його розвиток, а іноді й унеможливають його повне функціонування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дерев'янка А. Индекс настроїв малого бізнесу – Спільне дослідження ЛІГА: ЗАКОН та ЕВА в рамках проекту Unlimit Ukraine – Київ, 2018 – 18с.
2. Офіційний сайт Франчайзинг в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.franchising.org.ua>.
3. Петришин Н. Франчайзинг в Україні: стан та перспективи розвитку / Петришин, Н.Я. Жежуха В.Й. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/29950/1/16_87-91.pdf
4. Путеводитель для банкиров [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.prostobankir.com.ua/korporativnyy_biznes/analitika/analiticheskiy_otchet_o_razvitii_rynka_depозитov_yuridicheskikh_lits_v_bankah_ukrainy_za_2017_god.
5. Офіційний сайт Національного рейтингового агентства «Рюрик». Аналітичний огляд ринку небанківських фінансових послуг України за 2013-2017 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rurik.com.ua>.

Нікіфорова Лілія Олександрівна - к.е.н., доцент каф. ЕПВМ, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Nikiforova Liliya Oleksandrivna – Ph.D. (Econ.), Associate Professor, Associate Professor of Business Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsa.

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ В ПРАКТИЦІ УПРАВЛІННЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі розкрито сутність тайм-менеджменту та обґрунтовано важливість застосування його інструментів. Виявлено проблеми, які заважають менеджеру ефективно використовувати власний час, та запропоновано основні напрямки їх вирішення.

Ключові слова: тайм-менеджмент, ефективне використання часу.

Abstract

The article describes the insight of time-management and proves the importance of the usage of its tools. The problems, that prevent a manager from effective time usage, are discovered and main ways to solve them are offered.

Keywords: time-management, effective time usage.

Вступ

В сьогоденні час є важливим унікальним ресурсом серед усіх інших чинників життя та діяльності людини. Даний ресурс не є матеріальним, але, разом з тим, він є досить значимим в досягненні поставлених людиною завдань та результативності організації в цілому.

В період інтенсивного розвитку всіх суспільних процесів важливою є досконала організація власного часу. З еволюцією процесу суспільного відтворення використання часу, як обмеженого ресурсу, стало однією з визначальних складових продуктивної діяльності. Тому одним із основних завдань менеджера під час виконання поставлених завдань є оптимальне використання не тільки власного робочого часу, а й ефективна організація роботи колективу з отриманням максимального ефекту. Досягнення цієї мети стає можливим із застосуванням інструмента управління часом – тайм-менеджменту.

Проблемам ефективного використання часу присвячували праці А. О. Гаврилова, Т. О. Галайда, Х. К. Журавльова, В. О. Євдокимов, Г. І. Євтушенко, С. Б. Іваницька, Л. Л. Калініченко, Н. М. Крукевич, Т. В. Лазоренко, Н. В. Любченко, М. Д. Прищак, Л. І. Скібіцька, О. Й. Янцаловський та ін. [1–12].

Метою даної роботи є виявлення основних проблем, які заважають менеджеру ефективно організовувати та використовувати свій час на практиці, з виокремленням основних напрямків їх вирішення.

Результати дослідження

Сутність тайм-менеджменту можна сформулювати як якісне виконання роботи, досягнення поставлених цілей за мінімальний проміжок часу. Дослівно тайм-менеджмент з англійської мови перекладається як «управління часом», що можна трактувати як раціональний розподіл та ефективне використання часу, тобто це облік і оперативне планування часу. Очевидно, що впливати на час неможливо, його можна і необхідно використовувати раціонально, плануючи та розпоряджаючись ним у власних інтересах.

Час не можна збільшити в об'ємі, його можна лише використати з максимальною віддачею в організаційній діяльності менеджера.

Завдання менеджера полягає в оптимізації діяльності шляхом визначення пріоритетів, мінімізації часу та отримання позитивного результату. Тобто, менеджер має організувати свою діяльність так, щоб гармонійно поєднати наявні в нього ресурси, в тому числі і часові.

Завантаженість діяльності виникає при неефективному використанні часу. Накопичення невирішених завдань породжує емоційне напруження, що може з часом спровокувати стресовий стан або синдром хронічної втоми. Такий психологічний стан зменшує продуктивність та якість роботи

менеджера. Послідовність і своєчасність виконання завдань допомагає знайти час для власних потреб, що в свою чергу робить життя гармонійним.

Відповідно, прийнявши рішення про пріоритетність виконання тієї, чи іншої роботи, доцільно переходити до її планування. Згідно з тайм-менеджментом є такі етапи виконання планів [1; 8]:

1. Формування цілей. Даний етап є найвідповідальнішим, оскільки він визначає ефективність кінцевих результатів. Напрямок подальшої роботи залежить від правильно поставленої цілі, яку потрібно формулювати чітко та конкретно.

2. Планування. Систематичне планування є запорукою ефективного розподілення часу. Занотовування планів дає змогу досягнути розмір робіт, що має бути виконаний. Робота зі списком запланованих справ, який направляє нас в потрібне робоче русло, у перший же день покращує продуктивність на 25 %. При плануванні потрібно враховувати важливість і терміновість справи. До того ж, список задач допомагає краще зорієнтуватись у часі. Крім того, додавання до списку нових справ і викреслювання вже зроблених є наглядним результатом продуктивності, що мотивує та додає ентузіазму в роботі.

Проте є і негативна сторона при складанні списку справ – неврахування часу для виконання. Для того, щоб усунути цей недолік, слід оцінювати, скільки часу, насправді, потрібно для виконання тієї чи іншої справи, що дає ясність і відчуття контролю над своїм часом.

3. Прийняття необхідних рішень для виконання майбутніх справ. Перед початком роботи можуть виникати суперечливі питання і для того, щоб максимально бути зосередженим на здійсненні запланованого, слід попередньо прийняти певні рішення, які дозволять працювати більш ефективно.

4. Виконання запланованих справ. Процес планування здійснюється саме з метою реалізації задумів. Саме тому після формування цілей і прийняття рішень настає етап реалізації планів.

5. Контроль і підбиття підсумків. На цьому етапі оцінюється виконана робота і, за потреби, вносяться певні корективи.

У зв'язку з тим, що кожна людина має свої особливості, виникає потреба у формуванні індивідуальної технології управління часом з урахуванням таких механізмів [4]:

- біологічного годинника, від якого залежить те, на яку частину доби припадає максимальна активність людини;
- інтелектуального інжинірингу, під яким розуміють використання знань про людський потенціал і домінуючу півкулю мозку;
- психологічного годинника, в якому виокремлюють психологічну часову перспективу, яка включає в себе психологічне теперішнє, минуле й майбутнє та сприйняття часу як процесу формування психологічного теперішнього;
- стилю поведінки людини, який відображає моральні та етичні норми особистості і визначає її поведінку у різних життєвих ситуаціях.

Таблиця 1 - Проблеми, які заважають менеджеру ефективно використовувати власний час*

Проблеми, з якими стикаються менеджери при впровадженні принципів тайм-менеджменту	Шляхи вирішення
Відсутність конкретних строків. Працівник може не знайти час на виконання певного завдання, якщо він буде думати, що зробить його у вільний час. Річ у тім, що вільний час завжди чимось зайнятий, і тому, коли потрібно зробити щось насправді важливе, необхідно виділяти для цього спеціальний інтервал.	Встановлення реальних термінів виконання роботи. Крім того, відомо, що завдання буде займати весь час, який йому виокремлений, тому не потрібно розтягувати його, а дійсно оцінювати свої можливості, мінімізуючи часові витрати.
Невідповідні цілі. Постановка перед собою нереальних цілей може демотивувати працівника.	У випадку, якщо є якась глобальна ціль, буде доречним розписати маленькі кроки для її досягнення і їх виконання буде заохочувати рух в даному напрямку. Менеджер має оцінювати істинний стан своїх справ і, ґрунтуючись на цих даних, ставити перед собою такі цілі, які він в змозі досягнути в майбутньому.
Іноді нам доводиться робити те, чого ми не хочемо або те, що здається нам марудним. У професійній діяльності доводиться зіштовхуватися з відсутністю бажання виконувати певні обов'язки.	У такому випадку велику роль відіграє почуття відповідальності та самомотивації.
Не вказування важливості справи. При складанні списку потрібних справ і викреслюванні вже зроблених, серед	Щоб не оминати вагомі справи, рекомендується на початку переліку виділяти найбільш значимі та термінові задачі, які слід виконувати в першу чергу.

залишку можуть загубитись найважливіші та термінові справи.	
Прокрастинація як відкладання термінів виконання справи, не дивлячись на те, що це спричинить негативні наслідки.	Креативно підходити до роботи, створювати певні ритуали, які налаштовують на робочу атмосферу.
Відкладання неприємних справ на майбутнє. Трапляється, що менеджер змушений робити неприємну роботу і тому максимально відтягує час її виконання, тим самим весь цей час знаходиться в напруженні.	Краще одразу братися за такі справи, щоб уникати нервового напруження і швидше позбутися завдань, які по тій чи іншій причині викликають дискомфорт.
Мультизадачність. У ситуаціях недостатності часу виконання двох або більше задач одночасно може видатись гарною ідеєю, а, втім, це не так. Неможливо поєднувати дві задачі, кожна з яких вимагає вашої зосередженості. Людина фізіологічно не в змозі однаково ефективно виконувати дві речі одночасно, можна лише переключатися з однієї на іншу і при цьому робити їх не так ефективно, як це можна зробити, виконуючи їх по черзі.	Зосереджувати свою увагу на чомусь конкретному, а не розсіювати її. Поступово та в порядку черги виконувати свої обов'язки.
Відсутність режиму. Режим дня є однією з складових частин самоконтролю, і саме він визначає, наскільки буде продуктивним день.	Побудова зручного для менеджера розпорядку дня, в якому точно буде зазначений часовий проміжок присвячений роботі та час для відновлення сил.
Непотрібні рішення, які відіймають час. Кожне рішення, яке людина приймає, погіршує можливість для прийняття наступного. Щодня доводиться приймати безліч рішень різного ступеня важливості. І чим більше менеджер зосереджує увагу на малозначимих речах, тим менше він концентрується на тих, які справді вагомі. Марк Цукерберг сказав з цього приводу: «Я намагаюсь позбавити своє життя від непотрібних турбот, щоб сконцентруватись на роботі. Якщо я витрачаю свою енергію на речі, які неважливі в моєму житті, в мене з'являється відчуття, що я не виконую свою роботу належним чином» [12].	Мінімізація невагомих рішень та автоматизм у виконанні повсякденної рутини.
«Поглиначі часу» – це те, на що працівник даремно витрачає свій час. Серед них можна виокремити соціальні мережі, телефонні дзвінки, інші відволікаючі фактори.	Щоб уникнути марнування часу, варто проаналізувати весь робочий процес і надалі організовувати його так, щоб мінімізувати вплив чинників, які відволікають від наміченої роботи або не дають змогу на ній зосередитись.

*Джерело: розроблено авторами

Варто зазначити, що не існує універсальних систем впорядкування справ та організації свого часу. На практиці необхідно застосовувати різні способи тайм-менеджменту у їх взаємозв'язку та самостійно обирати ті методи, які дозволяють врахувати індивідуальні особливості та є найбільш ефективними для конкретної особи, колективу в цілому.

Висновки

Тайм-менеджмент є одним із першорядних інструментів, які використовує менеджер у своїй діяльності. Методи тайм-менеджменту, які використовуються з метою упорядкування робочого часу, є ефективними за умови систематичного дотримання відповідних принципів, використання яких допомагає менеджеру успішно виконувати свої завдання та раціонально розподіляти свій час таким чином, щоб виконувати все вчасно. Варто підкреслити, що дієвість зазначених методів проявлятиметься лише в тому випадку, коли менеджер буде свідомо налаштований на роботу, буде мотивований та готовий рішуче вирішувати виникаючі проблеми.

Невід'ємною частиною роботи успішного менеджера є самоменеджмент як постійне покращення своїх навичок та ефективне використання часу, оскільки його професіоналізм впливає на організацію роботи всього підприємства, а отже і на його ефективність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Калініченко Л.Л. Особливості впровадження тайм-менеджменту на підприємстві / Калініченко Л.Л., Гаврилова А.О. // «Молодий вчений». – 2017. – № 4.4 (44.4). – С. 60–63.
2. Іваницька С. Б. Впровадження європейських методик тайм-менеджменту в Україні [Електронний ресурс] / С.Б. Іваницька, Т.О. Галайда, Р.М. Толочій // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2018. – № 21. – С. 288–292. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/issue-21-2018>.
3. Журавльова Х. К. підвищення ефективності використання робочого часу керівника за допомогою тайм-менеджменту / Журавльова Х. К. // Управління розвитком. – 2013. – № 20. – С. 96–98.
4. Євдокимов В.О. Основи планування тайм-менеджменту державного службовця [Електронний ресурс] / В.О. Євдокимов, Ю.В. Конотопцева // Теорія та практика державного управління. – 2016. – Вип. 2. – С. 171–177. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpdu_2016_2_31.

5. Євтушенко Г. І. Аналіз стану управління робочим часом та шляхи підвищення ефективності застосування «Тайм-менеджменту» в організації / Г. І. Євтушенко, В. М. Дерев'яно // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2014. – №1. – С. 88–96.
6. Крукевич Н. М. проблеми становлення поняття тайм-менеджмент / Крукевич Н. М. // Торгівля, комерція, підприємництво. – 2014. – Вип. 17. – С. 119–122.
7. Лазоренко Т. В. Правила успішного використання тайм-менеджменту / Т. В. Лазоренко, Ю. О. Дідченко // «Молодий вчений». – 2017. – № 1(41). – С. 632–635.
8. Скібіцька Л.І. Організація праці менеджера : навчальний посібник / Л. І. Скібіцька. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 360 с.
9. Янцаловський О. Психологічні особливості тайм-менеджменту студентів [Електронний ресурс] // О. Янцаловський, О. Леус // Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України. – 2017. – Вип. 4. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadrn_2017_4_19.
10. Прищак М. Д. Психологія управління в організації : навч. посібник / М. Д. Прищак, О. Й. Лесько. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – Вінниця, 2016. – 150 с.
11. Любченко Н. В. Технології тайм-менеджменту в управлінській діяльності керівника навчального закладу / Любченко Н.В. // Bulletin of Postgraduate education: collection of scientific papers. Series «Management and administration». – 2016. – № 1(30). – С. 82 – 97.
12. Here's The Real Reason Mark Zuckerberg Wears The Same T-Shirt Every Day [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // <https://www.businessinsider.com/mark-zuckerberg-same-t-shirt-2014-11?r=US&IR=T>.

Соломонюк Ірина Леонідівна – студентка групи MBKD-166, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, e-mail: fm.3mo16.solomonuik@gmail.com.

Причепя Ірина Валеріївна - к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: prychepa.iryna@gmail.com.

Solomoniuk I. - faculty of management and information security, Vinnytsia National Technical University.

Prychepa I. — Ph. D (Econ.), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics Enterprise and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЗАПОРУКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА СУЧАСНИХ УМОВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті досліджено важливість здійснення підприємством інноваційно-інвестиційної діяльності. Обґрунтовано зв'язок між поняттями інновації та інвестиції. Визначено основні чинники, які впливають на інноваційно-інвестиційну діяльність підприємства.

Ключові слова: інновація, інноваційна діяльність, інвестиції, інноваційно-інвестиційна діяльність.

Abstract

In the article the importance of implementation of the enterprise of innovation-investment activity is investigated. The connection between the concepts of innovation and investment is substantiated. The main factors influencing innovation and investment activity of the enterprise are determined.

Key words: innovation, innovation activity, investments, innovation and investment activity.

На сьогоднішній день, в умовах ринкових трансформацій, процесів глобалізації та міжнародної інтеграції все більша увага приділяється інноваційно-інвестиційній діяльності як у межах окремого підприємства, так і в національних масштабах. Інноваційний тип економічного розвитку та активізація інвестиційної діяльності дедалі більше стає фундаментом, який визначає конкурентоспроможність країни її економічну міць та перспективи розвитку на світовому ринку. З огляду на те, як ретельно сьогодні вивчається проблема інноваційно-інвестиційної діяльності та умови її реалізації, можна зробити висновок про актуальність та доцільність даної теми [1].

Проблематикою інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства приділяють велику увагу зарубіжні та вітчизняні вчені такі, як Амоша О., Бажал Ю., Бланк І., Власенко В., Гальчинський А., Геєць А., Глазьев С., Гриньов А., Гриньова В., Грузнов І., Жилінська О., Ковальов В., Койлі Б., Корнілова І., Кузьмін О., Кузьмінок Л., Нейкова Л., Норкорт Д., Овчаренко Т., Пригожин А., Райс Т., Рогожин П., Румянцева З., Савчук О., Санто Б., Сухоруков А., Хобта В., Шумпетер Й., Яковлєва А. та інші.

Інновація - це впровадження нового продукту на ринку та нових (покращених) видів продукції послуг, технологій, виробничих систем, а також зміни в соціальних відносинах на підприємстві [2–3].

Інноваційна діяльність – це вид діяльності, яку пов'язують з перетворенням наукових досліджень, розробок та результатів науково-технічних досягнень у новий, покращений, конкурентоздатний продукт для подальшої реалізації на ринку [4].

Інвестиції – це довгострокове вкладення капіталу у підприємницьку діяльність, з метою одержання доходу.

Інноваційно-інвестиційна діяльність підприємства – це систематичне поліпшення техніко-економічних показників діяльності підприємства, підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку в результаті впровадження у діяльність інновацій, які підкріплені інвестиційним фінансуванням.

Поняття інновацій та інвестицій є неподільними та взаємопов'язаними. Інноваційна діяльність обов'язково вимагає використання інвестицій, так само інвестиційна діяльність передбачає зростання ефективності виробництва через впровадження інновацій. Звичайно, підприємство може вкладати кошти не в інновації, про те це може призвести до продовження виробництва неконкурентної продукції, що в сучасних ринкових умовах може стати фатальним для підприємства [5].

Вкладення капіталу в інновації здійснюється з метою введення нових технологічних рішень у діяльність підприємства. Але необхідно звернути увагу на те, яким би не був цікавим проект з наукової чи виробничої точок зору, найголовнішим завжди є рентабельність проекту та отримання прибутку в подальшому. Отже, основною метою інвестиційної діяльності є приріст капіталу. Проте, необхідно також зазначити те, що капіталовкладення в інвестиції вигідні інвестору не лише задля збільшення доходу, але й для досягнення інших цілей, які можуть відрізнятися залежно від напряму об'єкта інвестування та від сфери діяльності. Серед них виділяють [5]:

1. Соціальну інновацію - підвищення рівня життя;

2. Товарну інновацію – одержання нового товару;
3. Ринкову інновацію – створення нових ринків збуту товарів і послуг;
4. Маркетингову інновацію – співпраця з новими постачальниками;
5. Технічну інновацію – використання нового методу виробництва;
6. Екологічну – впровадження нових методів виробництва, які не згубно впливають на середовище.

Вкладення капіталу в інновації можливе в двох формах [6]:

1. інвестиції в розробку продукту інноваційної діяльності;
2. інвестиції задля купівлі продукту інноваційних технологій, ліцензій та патентів.

Безумовно, купівля продукту інновацій є менш затратним варіантом для інвестора. Зазвичай, такі продукти мають форму нематеріальних активів – ноу-хау, корисних моделей, торгових знаків, винаходів, ліцензій тощо. З точки зору інвестора, вкладення коштів у подібні інновації, вимагає менших витрат, проте прибуток, за таких умов, також буде меншим, в силу ймовірності використання цих інновацій конкурентами.

Розробка продукту інноваційної діяльності, як правило, характеризується більшим ступенем витрат, підвищеними ризиками, одним із яких є ризик відсутності прибутку. Незважаючи на це, вкладення коштів у розробку продукту може принести куди більший ефект, ніж від покупки інноваційного продукту. У більшості випадків, подібні інвестиції дозволяють підприємству здешевити вироблену продукцію, а отже і примножити капітал інвестора.

Виділяють такі основні чинники, які впливають на інноваційно-інвестиційну діяльність підприємства [7]:

1. зовнішні:

— політико-правові (правове забезпечення інноваційного розвитку підприємств; державний вплив на конкурентне середовище; політичний вплив на менеджмент підприємств під час прийняття управлінських рішень);

— інформаційно-комунікативні (інформація про інноваційні винаходи та розробки; інформація про інноваційні та інвестиційні проекти і програми підприємств);

— соціально-психологічні (соціальна підтримка кадрового потенціалу підприємств; соціальна підтримка споживачів інноваційної продукції);

2. внутрішні:

— техніко-економічні (фінансове забезпечення підприємств за рахунок інвестування інноваційної діяльності і розробок інновацій; банківське кредитування підприємств; страхування інноваційних ризиків підприємств; ринкова діяльність фінансово-промислових груп; здійснення бюджетної політики);

— організаційно-управлінські (розвиток інноваційної інфраструктури підприємств; розвиток кадрової політики та системи управління на підприємствах).

Таким чином, інновації та інвестиції мають досить тісний зв'язок. Саме тому здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності підприємством є запорукою конкурентоспроможності підприємства на вітчизняних та міжнародних ринках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Іващенко О.В. Проблеми в активізації інноваційної діяльності в Україні / О.В. Іващенко // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. 2011. – №3. – С. 35-39.
2. Бондаркова В.М. Теоретичні основи інноваційного забезпечення підприємств / В.М. Бондаркова // Вісник СНАУ серія „Економіка та менеджмент”. – 2009. – Вип. 8 (37). – С. 93–97.
3. Чернобай Л. Інноваційна діяльність підприємств : сутнісна характеристика та проблеми її активізування / Л. Чернобай, С. Стоцько // Демократичне врядування. – 2012. – № 10. – С. 27-34.
4. Чорна М. В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств : монографія / М. В. Чорна, С. В. Глухова. – Харків : ХДУХТ, 2012. – 210с. - ISBN 978-966-405-267-9
5. Вовченко О. Л. Інвестиції: економічна сутність та форми / О. Л. Вовченко // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 6. – С. 19.
6. Крейдич І.М. Діагностика впливу зовнішніх та внутрішніх чинників на процес інноваційно-інвестиційного забезпечення стійкого розвитку промислових підприємств [Електронний ресурс] / І.М. Крейдич, О.С. Наконечна, К.М. Швець // Ефективна економіка : електронне наукове фахове видання. — 2013. — № 2. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/>
7. Дем'яненко Т.І. Механізм взаємодії внутрішніх і зовнішніх факторів стратегічного управління інноваційно-інвестиційним розвитком підприємства / Т.І. Дем'яненко // Економіка и управление — 2012. — № 5. — С. 133— 136.

Сікорська Лілія Володимирівна – студентка групи МПОУ-18мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: sikorska.liliya@gmail.com.

Науковий керівник: **Причена Ірина Валеріївна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

SikorskaLiliia V.-student, faculty of management Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.
Supervisor: Prychepa I.– Cand. Sc. (Eng), Assistant Professor of Economics Industry and Industrial Management,
Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ТЕХНОПАРКИ В УКРАЇНІ ТА ДИНАМІКА ЇХ РОЗВИТКУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто поняття технопарку, а також проаналізовано динаміку їх розвитку на території України. Розглянуто необхідність підтримки розвитку технопарків з боку держави.

Ключові слова: технопарки України, динаміка розвитку.

Abstract

The concept of the industrial park is considered, and the dynamics of their development in the territory of Ukraine is analyzed. The necessity of supporting the development of industrial parks by the state is considered.

Keywords: industrial park Ukraine, dynamics of development.

Вступ

Функціонування й розвиток господарських організацій спрямований на збереження та зміцнення їхніх ринкових позицій. За умов жорсткої конкуренції це вдається лише тим із них, які орієнтуються на високі стандарти діяльності й постійно дбають про забезпечення своїх конкурентних переваг через залучення різноманітних інновацій. Нова техніка, технології, засоби автоматизації, що розробляються і впроваджуються у виробництво, повинні давати корисний результат. Він може бути економічним, виявлятися в зниженні витрат підприємства на виробництво і збільшенні прибутку, а також соціальним, екологічним та ін.

Однією з можливостей підтримувати і примножувати як науково-технічний потенціал, так і інноваційну діяльність як господарюючих організацій так і держави в цілому є розвиток технопарків як основних елементів інноваційної інфраструктури, що забезпечують розробку та виробництво інноваційного продукту та його використання у сфері матеріального виробництва на тривалу перспективу.

Метою даної роботи є розгляд поняття технопарків і дослідження динаміки їх розвитку в Україні.

Результати дослідження

Технопарки в Україні – це добровільні об'єднання, які спеціалізуються на науковій, науково-технічній підприємницькій діяльності, які представляють інноваційні структури у вигляді груп юридичних осіб, що діють на підставі угоди про спільну діяльність.

Згідно законодавства України чітко визначено поняття технологічного парку. «Технологічний парк (технопарк) – юридична особа або група юридичних осіб, що діють відповідно до договору про спільну діяльність без створення юридичної особи та без об'єднання вкладів з метою створення організаційних засад виконання проектів технологічних парків з виробничого впровадження наукоємних розробок, високих технологій та забезпечення промислового випуску конкурентоспроможної на світовому ринку продукції» [1].

Розробка і реалізація інноваційних та інвестиційних проектів у технопарках відбувається за участі наукових та інженерно-технічних працівників організацій учасників. Інноваційна та інвестиційна діяльність технопарків базується на матеріально-технічній і виробничій базі їх учасників.

На даний момент в Україні зареєстровано 12 технопарків, список яких наведений в таблиці 1. Ще 4 технопарки знаходяться в стадії тривалого розгляду [2].

Таблиця 1 – Зареєстровані технопарки України та дата їх реєстрації

№	Технопарк	Дата реєстрації
1	“Інститут електрозварювання ім. Є.О. Патона” (м. Київ)	липень 2000
2	“Інститут монокристалів” (м. Харків)	липень 2000

Продовження табл. 1

3	“Напівпровідникові технології і матеріали, оптоелектроніка та сенсорна техніка” (м. Київ)	червень 2001
4	“Вуглемаш” (м. Донецьк)	листопад 2001
5	“Інститут технічної теплофізики” (м. Київ)	вересень 2002
6	“Укрінфотех” (м. Київ)	листопад 2002
7	“Київська політехніка” (м. Київ)	червень 2003
8	“Інтелектуальні інформаційні технології” (м. Київ)	грудень 2003
9	“Яворів” (Львівська область)	серпень 2007
10	“Агротехнопарк” (м. Київ)	жовтень 2007
11	“Текстиль” (м. Херсон)	грудень 2007
12	“Машинобудівні технології” (м. Дніпропетровськ)	листопад 2008
13	“Наукові і навчальні прилади” (м. Суми)	-
14	“Ресурси Донбасу” (м. Донецьк)	-
15	“Український мікробіологічний центр синтезу та новітніх технологій” (УМБЦЕНТ) (м. Одеса)	-
16	“Еко-Україна” (м. Донецьк)	-

Основне завдання технопарку - перетворити різноманітні наукові розробки в реальний товар, у певну корисну продукцію та вивести цю продукцію на ринок. Життєздатність фірм та підприємств технопарку повністю залежить від ступеня розвитку ринкової інфраструктури - комерційної інформації, можливості найняти або побудувати відповідне приміщення, отримати кредит, придбати устаткування, сировину, комплектуючі, налагодити комплекс реклами та збуту.

Технопарки, в інноваційній економіці, утворюють для виконання таких завдань:

- створювати цілісну систему впровадження наукових розробок у виробництво, що включає наукові дослідження, розробку технологій, впровадження у виробництво, випуск продукції і її успішне просування на внутрішній та світовий ринки;
- створювати сприятливі умови щодо залучення внутрішніх і зовнішніх інвесторів для фінансування проектів технопарків;
- налагоджувати промисловий випуск високотехнологічної конкурентоздатної на світовому ринку продукції;
- створювати високоефективні методи аналізу й охорони навколишнього середовища; розвивати матеріально-технічну бази наукових досліджень;
- координувати наукові розробки, їх науково-технічну і технологічну експертизу, а також забезпечувати моніторинг інноваційної й інвестиційної діяльності відповідно до пріоритетних напрямків діяльності технопарку;
- здійснювати підготовку, перепідготовку і підвищення кваліфікації вчених і фахівців для роботи в умовах ринку [3].

Одне з головних питань, яке постає при створенні будь-якого технопарку полягає в тому, чи можна в умовах існуючої нині в Україні економічної системи забезпечити повноцінну діяльність технопарку. Слід зазначити, що на сьогодні забезпечити дієву та ефективну систему, що збудована виключно на досвіді розвинутих країн в наших умовах не можна, тому що на сьогодні ще не має відповідного соціально-економічного середовища, розвинутого ринку праці, ринку капіталів тощо. Тому в Україні необхідно розробляти, впроваджувати та удосконалювати власну концепцію створення технопарків, яка б враховувала сучасні особливості української економіки та законодавства.

Розглядаючи тенденції утворення технопарків в Україні (див. табл. 1) можна відмітити що процес створення технопарків розпочався на початку століття. Відправною точкою цього процесу стало розпорядження Президента України «Про створення технопарків та інноваційних структур інших типів», видане 23 січня 1996 року. Перші технопарки почали своє існування у липні 2000 року, фактично одразу після того, як Верховною Радою України у 1999 році було прийнято Закон «Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків». Цей Закон визначає правові та економічні засади запровадження та функціонування спеціального режиму

інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків і на певний час гарантує пільгові умови господарювання для учасників технологічного парку.

Однак в 2004-2005 роках формування технопарків практично припинилось. Офіційні джерела інформації та авторитетні у цих питаннях вітчизняні економісти так пояснюють причину, з якої технологічні парки України стали демонструвати погіршення динаміки розвитку після 2003 року: *по-перше*, ускладнення політичного стану в країні, що пов'язувалось з черговими виборами Президента і, як результат, суттєве підвищення ризиків ведення науково-дослідної діяльності; *по-друге*, прийняття Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про Державний бюджет України на 2005 рік» та деяких інших законодавчих актів України» згідно з яким було повністю скасовано непряму державну підтримку технологічних парків у вигляді податкових пільг для виконавців проектів.

Як наслідок, протягом 2005-2007 років не було зареєстровано жодного проекту технологічного парку. Відповідно часті зміни і нестабільність режиму інноваційної діяльності технопарків породжують невпевненість у можливості реалізації інноваційних проектів в рамках технопарків, що гальмує процес їх пошуку та відбору.

На початку 2006 року Президент затвердив нову редакцію Закону України від 12.01.2006 № 3333 «Про внесення змін до Закону України «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків» та інших законів України», в якому було частково відновлено податкові та митні пільги для виконавців їх проектів, проте із значно урізаними заходами державної підтримки. Такі заходи стимулювали новий поштовх до утворення окремих технопарків в період 2007-2009 років, але після ряду необґрунтованих рішень уряду цей процес практично зупинився на кінець 2009 року. Як наслідок, вкрай актуальною стає проблема аналізу причин такого неконструктивного становища, що склалося, та пошуку шляхів вирішення існуючих проблем у розвитку технопарків в Україні для неповторення їх у майбутньому.

Можна помітити, що ключовим фактором динамічного розвитку технопарку є його підтримка з боку держави. Підтримка технопарків може здійснюватися державою за наступними напрямками:

- інвестиції в будівництво будівель, споруд, інфраструктури, обладнання;
- забезпечення доступу до регіональних і національних науковотехнічних грантів;
- розробка спеціальних пільг і привілеїв у сфері земельних відносин і оренди, оподаткування, кредитування, імпорту-експорту наукомісткої продукції;
- спільне освоєння дослідних проектів з провідними НДІ;
- сприяння в організації обміну передовим досвідом.

Досвід розвинутих країн свідчить, що технопарки користуються досить суттєвою підтримкою держави. Так, вклад центральних та місцевих органів у розвиток інфраструктури парків і будівництво будівель в Німеччині та Бельгії досягають до 100% інвестицій, Японії - до 90%, Франції - до 70% і вище, а інноваційним фірмам надаються податкові знижки (центральні, місцеві), пільгові кредити і прями субсидії.

На теперішній час в Україні формально діють такі пільги для технопарків [4]:

- повна або часткова компенсація відсотків за кредитами комерційних банків при реалізації проектів;
- звільнення від ввізного мита та ПДВ об'єктів інтелектуальної власності, нового обладнання, комплектуючих і матеріалів, що не виробляються в Україні;
- видача податкового векселю на суму ПДВ при імпорті нового обладнання і комплектуючих з терміном погашення 720 днів, при імпорті матеріалів – з терміном погашення 180 днів;
- на протязі п'яти років суми ПДВ і податку на прибуток зараховуються на спеціальні рахунки і використовуються для розвитку технопарку.
- звільнення від земельного податку;
- можливі державні цільові субсидії.

Незважаючи на наявність пільг на функціонування технопарків, стимулу до формування даних структур вони не дають. Значна частина пільг прописана формально і їх схема надання не прописана законодавчо.

Наявні проблеми державної підтримки функціонування технопарків в Україні призвели до того, що з 2009 року і до сьогоднішнього дня не було зареєстровано жодного технологічного парку, що суттєво шкодить можливості інноваційного розвитку господарюючих суб'єктів і держави в цілому.

Висновки

Особлива місія технопарку полягає в комерціалізації результатів наукових досліджень, винаходів і відкриттів вчених і фахівців, які вирішили зайнятися малим підприємництвом в науково-технічній сфері. Діяльність технопарків охоплює широке коло економічних, техніко-технологічних, науково-дослідних, комунікаційних, соціально-побутових та інших проблем.

Динаміка розвитку технопарків в Україні напряму залежить від підтримки держави.

Стратегічне завдання держави полягає в концентрації фінансового і інтелектуального капіталу на нових пріоритетних напрямках, створенні великих конкурентоспроможних технопарків і фінансово-промислових корпорацій. Для активізації інноваційної діяльності самих лише ринкових механізмів недостатньо, необхідні цілеспрямовані регулюючі функції держави в науково-технічній сфері.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1) Закон України «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків // Відомості Верховної Ради України, 1999 р., N 40, ст. 363; 2002 р., N 3-4, ст. 28, N 33, ст. 238; 2004 р., N 32, ст. 393; 2005 р., NN 17-19, ст. 267. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3333-15>
- 2) Міністерство освіти і науки України; Електронний ресурс: Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/nauka/innovacijna-diyalnist-ta-transfer-tehnologij/tehnologichni-parki>
- 3) Семиноженко В. Технологічні парки України: досвід інноваційної економіки //Краєзнавство. Географія. Туризм. - 2015. - № 7. - С. 8-11.
- 4) Благонравин М. Вместо АЗС / Эксперт, № 28, 20.07.09. – С. 18 – 21

Лошак Михайло Володимирович – студент групи Мов-15б, факультет менеджменту і інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, fm.3mo15.loshak@gmail.com

Науковий керівник: **Кавецький В'ячеслав Валерійович** – старший викладач кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Loshak Mykhailo V. - student, faculty of management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia., fm.3mo15.loshak@gmail.com.

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

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ЗАСАДАХ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуті основні закономірності удосконалення системи управління персоналом в сучасних економічних умовах. Досліджуються окремі фактори, аспекти та закономірності удосконалення систем управління персоналом у залежності від економічних умов діяльності. Виявлено тенденції та перспективи подальших досліджень проблематики вдосконалення системи управління персоналом.

Ключові слова: *система управління персоналом, вдосконалення системи управління персоналом, HR менеджмент, економічні умови.*

Abstract

Basic legitimacies of improvement of human resource system in modern economic terms have been investigated. There have been studied some factors, aspects and legitimacies of improvement of HR systems in dependence on the economic terms of activity. There have been discovered tendencies and prospects of further researches of problems of HR systems improvement.

Keywords: *human resource management system, improvement of personnel management, HR management, economic conditions, the service industries.*

За сучасних умов ринкових відносин ефективність використання персоналу заслуговує на особливу увагу з боку підприємств та організацій. Персонал виступає тим невичерпним ресурсом, який дозволяє суб'єктам господарювання вижити в складних умовах, забезпечити досягнення конкурентних переваг, підвищити показник трудової діяльності.

В сучасних умовах персонал перетворюється на стратегічний ресурс, а прагнення до його якнайповнішого використання спонукає до пошуку нових ефективних важелів оптимального управління ним. Це визначає необхідність управління персоналом на основі принципів та методів стратегічного управління підприємством. При цьому під об'єктом стратегічного управління доцільно розуміти як наявність у підприємства кваліфікованого персоналу, так і сукупні здібності, можливості та досвід персоналу, необхідні для здійснення дій, які забезпечать підприємству стратегічні конкурентні переваги, тобто кадровий потенціал підприємства[1].

Формування кадрового потенціалу підприємства являє собою складний і довготривалий процес набуття й використання навичок, знань і умінь, який охоплює собою відповідне навчання, набуття практичних навичок і конкретне їх цільове використання в певних умовах. Результативність цього залежить від особистого потенціалу працівника, як сукупності якісних характеристик людини, які визначають можливість й межі участі у трудовій діяльності. Слід зазначити, що в науковій літературі недостатньо приділяється увага питанням систематизації і класифікації факторів, що визначають формування і використання кадрового потенціалу. Основними етапам формування кадрового потенціалу є аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, які впливають на нього[2].

Наявність потужного кадрового потенціалу для будь-якого підприємства, організації є першочерговою умовою для досягнення своєї стратегічної мети. Він є тією конкурентною перевагою, яка забезпечує зниження залежності підприємства, організації від факторів

зовнішнього середовища. У період кризи системи економічних відносин (це стосується й системи управління персоналом) корегуються кардинально, як на рівні формування кадрового потенціалу, так і на рівні його використання. У сучасних умовах існуюча система управління персоналом надає можливість для розробки нової, більш гнучкої стратегії розвитку кадрового потенціалу, яка здатна радикально змінити систему управління персоналом в цілому.

Головною метою розвитку кадрового потенціалу є забезпечення функціональних підсистем і виробничих систем підприємства необхідними працівниками в потрібній кількості та потрібної кваліфікації. Дана мета досягається ефективною кадровою роботою з підбору персоналу, оцінки, трудової адаптації, стимулювання й мотивації, навчання, атестації, організації праці й робочого місця, використання персоналу, планування, просування по службі, управління кадровим резервом, управління нововведеннями в кадровій роботі, безпеки і здоров'я, вивільнення персоналу[3].

Головна мета розвитку кадрового потенціалу визначає підцілі та принципи системи управління персоналом. Розвиток кадрового потенціалу передбачає реалізацію стратегічних аспектів управління, такі, наприклад, як розробка і здійснення кадрової політики, в межах якої принципи управління персоналом відображають об'єктивні тенденції, соціальні й економічні закони, враховують наукові рекомендації суспільної психології, теорії менеджменту й організації, тобто увесь арсенал наукового знання, який і визначає можливості ефективного регулювання та координацію людської діяльності.

Динамічний розвиток економіки України, високі темпи змін зовнішнього середовища та посилення конкуренції обумовлюють зростання ролі та значення персоналу як фактора підвищення конкурентоспроможності. Для вітчизняних підприємств проблема формування персоналу, який би відповідав сучасним вимогам, був зацікавлений у зростанні продуктивності праці та досягненні цілей, є надзвичайно актуальною.

Під суб'єктом управління персоналом розуміють, по-перше, функціональний апарат, який управляє процесами підготовки, прийому, адаптації, переміщення працівників; по-друге, лінійний управлінський персонал, який здійснює керівництво підлеглими підрозділами і колективами; по-третє, різні працівники, профспілкові та інші суспільні організації, які виконують низку функцій з згуртування колективу, його виховання, розвитку творчої активності його членів, і, насамкінець, сюди повинні бути включені неформальні лідери, які є у колективі[4].

Формування організаційно-економічного механізму стратегічного управління персоналом як всебічно обґрунтованої сукупності взаємоузгоджених компонентів засноване на поступовому русі від концепції та принципів управління персоналом до кадрової політики, а від неї – до розробки стратегії управління персоналом. Побудова та реалізація гнучкого механізму стратегічного управління персоналом дозволить більш ефективно використовувати людський потенціал у рамках загальної стратегії розвитку підприємства. Запропоновано стратегію управління персоналом як комплекс довготривалих методів і технологій максимального використання кадрового потенціалу для досягнення стратегічних цілей підприємства та одержання конкурентних переваг[5].

Формування системи стратегічного управління персоналом припускає внесення суттєвих змін до цілей, функцій та організаційної структури існуючої системи управління персоналом. У зв'язку з цим пропонується створення групи стратегічного управління персоналом, структурно підпорядкованої вищому керівництву організації. Особливості та можливості формування даного підрозділу визначаються масштабом та характером діяльності підприємства, організації функціями кадрової служби[6].

Створення групи стратегічного управління сприяє вирішенню стратегічних планів та має деякі переваги: гнучкість, ефективне використання персоналу та підвищення його професіоналізму, можливість ротації кадрів шляхом залучення фахівців до участі в роботі над кількома проектами, розвиток мотивації та концентрація зусиль на реалізації стратегії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Зайнашева З.Г. Проблемы кадрового обеспечения сферы бытовых услуг // Вестник Башкирского института социальных технологий. 2011. № 3. С. 49-55.
2. Ковальська Н.М. Менеджмент сфери послуг у контексті кадрової політики держави // Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології. – 2012. – №1(6). – С. 92 – 97.
3. Чикуркова А. Д. Система стратегічного управління персоналом суб'єктів господарювання в аграрному секторі економіки: монографія. – Кам'янець-Подільський: ПП Зволейко Д. Г., 2012.
4. Виноградський М. Д. Управління персоналом: навч. посіб. / М. Д. Виноградський, С. В. Беляєва, А. М. Виноградська, О. М. Шканова. -К.: Центр навчальної літератури, 2012. - 504 с.
5. Базаров Т. Ю. Управление персоналом: деловая литература / Т. Ю. Базаров, Б. Л. Еремин. - М.: «Академия», 2011. - 219 с.
6. Веснин В. Р. Практический менеджмент персонала [Электронный ресурс] / В. Р. Веснин. - Экономическая онлайн библиотека [официальный сайт]. - Режим доступа: [Ийр://экономтеория.рф/текст/1031](http://экономтеория.рф/текст/1031)
7. Управління персоналом: навч. посіб. / А.О. Азарова, О.О. Мороз, О.Й. Лесько, І.В. Романець; ВНТУ, - Вінниця: ВНТУ, 2014 р.

Лесько Олександр Йосипович – кандидат економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця.

Безносюк Валерія Іванівна – студентка групи МПОУ-18мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця.

Lesko Oleksandr – Dr. Sc. (Eng.), Professor, Head of the Department of Enterprise Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Beznosiuk Valeriy I. – student of the MPOU-18m group, Faculty of management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто деякі закономірності удосконалення системи управління персоналом в сучасних економічних умовах. Досліджуються окремі фактори, аспекти та закономірності удосконалення систем управління персоналом. Виявлено тенденції та перспективи подальших досліджень проблематики вдосконалення системи управління персоналом.

Ключові слова: *система управління персоналом, вдосконалення системи управління персоналом, економічні умови.*

Abstract

Certain legitimacies of improvement of human resource system in modern economic terms have been considered. Some factors, aspects and legitimacies of HR systems improvement have been investigated. There have been shown some tendencies and prospects of further researches of problems of HR systems improvement.

Keywords: *human resource management system, improvement of personnel management, economic conditions.*

Управління персоналом є різнобічним і комплексним процесом, що має свої особливості і закономірності. Ефективним розвиток організації зумовлює управління набором, оцінюванням, навчанням, винагородою персоналу, тобто формування методів, процедур і програм організації цих процесів.

У найзагальнішому вигляді система роботи з персоналом складається з таких корельованих між собою підсистем як добір персоналу, його оцінювання, кадрова політика, розміщення, адаптація, навчання.

Управління персоналом можна визначити як діяльність, що скерована на здійснення найбільш ефективного використання працівників задля досягнення господарських та особистих цілей. Цей системно запланований організований вплив засобами взаємопов'язаних, організаційних, економічних і соціальних заходів, спрямованих на створення умов нормального розвитку і використання персоналу робочої сили на макрорівні. Планування, перерозподіл і раціональне використання людських ресурсів є суттю процесу управління персоналом.

Основною метою управління персоналом є формування висококваліфікованого персоналу з новітнім економічним мисленням та почуттям професійної гідності і забезпечення соціальної ефективності колективу.

Системне управління персоналом містить два блоки: організаційний і функціональний.

До першого належить формування персоналу, тобто прогнозування структури, визначення потреб, підбір персоналу й укладання контрактів, а також побудова бази даних щодо рівня кваліфікації, персональних навичок, бажань, результатів оцінювання праці для визначення кожного працівника щодо організації навчання, підвищення кваліфікації або звільнення працівників.

Другий пов'язаний із використанням персоналу, що включає управління кар'єрою створення постійного його складу та робочих місць, покращення морально-психологічного клімату.

За сучасних умов ринкових відносин ефективність використання персоналу заслуговує на особливу увагу з боку організації. Функціонування комплексної системи управління персоналом підприємства правомірно розглядати як частину ефективності діяльності підприємства в цілому. Однак, у даний час немає єдиного підходу до її оцінювання.

Ефективність управління персоналом визначається переважно організаційною структурою, зокрема її адаптивністю конкретної організації до відповідним чином налагоджених комунікаційних зв'язків. Водночас, успіх управління персоналом визначається впливом двох базових аспектів: здатність підприємства з'ясувати стиль поведінки працівників, що необхідний для реалізації його стратегії, і потреба застосовувати ефективні управлінські важелі для спрямування працівників на бажану поведінку.

Оцінювання ефективності системи управління персоналом необхідно здійснювати шляхом ідентифікації рівня якості управління персоналом, що визначається поєднанням принципів загального менеджменту, оцінюванням базових характеристик кадрового менеджменту разом із механізмом його прямих та зворотних зв'язків.

Сьогодні в Україні більшість служб з добору персоналу на підприємствах, які не мають закордонних капіталу або співвласників, виконують лише технічні функції. На жаль, кадрові питання вирішують переважно керівники функціональних відділів та служб, які мають витратити свій робочий час на самостійні пошуки потрібних спеціалістів і турбуватися про підвищення ними кваліфікації. Крім того, саме вони і готують резерв на просування фахівців, оскільки краще обізнані з рівнем їх кваліфікації та результативності. При цьому, окрім непродуктивних втрат часу керівників на вирішення питань, що входять, що входять до компетенції служби з управління персоналом, підприємство втрачає на високій оплаті праці керівника, що виконує завдання нижчого рівня, ніж той, за який він має отримувати зарплату.

Виконання вищеописаних задач має бути прямим обов'язком служби з управління персоналом, статус якої є досить низьким.

Позиція системи управління персоналом передбачає субординацію, порядок призначення та переміщення керівників та спеціалістів, відповідальність, виконання функцій у просторі та часі, кадрова політика повинна враховувати особливості діяльності.

Традиційним є випробувальний термін для прийнятих на роботу працівників. Він становить згідно з ч. 1 КЗпП: не більше 3 місяців – у загальних випадках; не більше 1 місяця – для робітників; не більше 6 місяців – у окремих випадках за погодженням із профспілкою.

Після проходження цих термінів має прийматися остаточне рішення про найм працівника або його звільнення.

Наступною проблемою у формуванні ефективної системи управління персоналом є те, що переважна кількість організацій через брак коштів та досвіду, нестабільності ринкових, політичних умов не розробляє стратегічних планів перепідготовки працівників. Не є наявними необхідна мотивація та об'єктивне оцінювання результатів навчання [1].

Водночас, у практичній діяльності українських підприємств з іноземним капіталом останнім часом все більшого застосування набуває стратегічне планування. При цьому під час розроблення стратегічних планів розвитку фірми визначаються головні пріоритети кадрової політики, завдання і напрямки їх досягнення.

Під стратегією управління персоналом слід вбачати формування комплексу основних складових елементів, які повинні стати головними для побудови ефективної системи стратегічного управління персоналом [2]. Розроблення такої стратегії має здійснюватися з урахуванням теперішніх і майбутніх можливостей і потреб персоналу.

Отже, побудова стратегії управління персоналом – це заздалегідь продуманий, повністю усвідомлений і контрольований процес, що передбачає несення відповідальності за її подальшу реалізацію. При цьому мистецтво формування такої стратегії полягає в тому, щоб наслідками формування загальних підходів до управління персоналом у стратегічному періоді стали конкретні дії, які б дозволяли досягти високої ефективності використання трудового потенціалу кадрів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Мороз М.М. Зарубежний досвід управління персоналом М.М. Мороз // Наковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.10. – С. 189–194.
2. Максименко Д.В. Розробка стратегії управління персоналом агропідприємств в сучасних економічних умовах Д.В.Максименко // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. – 2010. – №1 – С. 75–81.
3. Криворучко О.М. Оцінка якості управління персоналом організації / О.М. Криворучко //Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №4. – С. 98 – 105.
4. Вдовиченко Р.П. Особливості сучасного управління персоналом [Електронний ресурс] / Р.П. Вдовиченко // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» – 2012. – Режим доступу до файлу: [http:// www. economy. nayka.com.ua/op= 1&z=935](http://www.economy.nayka.com.ua/op=1&z=935).
5. Управління персоналом: навч. посіб. / А.О. Азарова, О.О. Мороз, О.Й. Лесько, І.В. Романець; ВНТУ, - Вінниця: ВНТУ, 2014 р.

Лесько Олександр Йосипович – кандидат економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця.

Lesko Oleksandr – Dr. Sc. (Eng.), Professor, Head of the Department of Enterprise Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТИВНІСТЮ ПРАЦІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто теоретичні та деякі організаційні питання з підвищення ефективності управління продуктивністю праці.

Ключові слова: управління, продуктивність праці.

Abstract

Consider the theoretical and some organizational issues for improving the efficiency of labor productivity management.

Keywords: management, labor productivity.

Вступ

Швидкість розвитку сучасного суспільства, масштабність соціально-економічних проблем вимагає від сучасних підприємств постійно стежити за умовами на ринку і відповідати їх вимогам для того, щоб мати можливість не просто існувати, але й отримувати прибутки й розвиватись. Для цього підприємству потрібно мати не лише фахівців з менеджменту та адміністрування, але й потрібно щоб персонал підприємства підвищував продуктивність своєї праці. А так як майже всі результати підприємства залежать від того наскільки буде продуктивна праця то дослідження в цьому напрямку є дуже актуальними.

Метою даної роботи є аналіз факторів, які впливають на продуктивність праці та пошук шляхів її підвищення.

Результати дослідження

Продуктивність праці визначає ступінь ефективності праці, що характеризується обсягом продукції, виробленої за одиницю часу, або економією робочого часу, витраченого на одиницю продукції.

Продуктивність праці тісно пов'язана з її інтенсивністю, що відображає ступінь напруженості праці за одиницю часу і вимірюється кількістю витраченої енергії людини. Чим вищий рівень інтенсивності праці, тим вища її продуктивність. У визначенні продуктивності праці вихідною категорією є праця, витрачена на виробництво продукції, яка, в свою чергу, складається з:

- живої праці - використаної безпосередньо в даний момент у процесі виробництва;
- минулої праці - уречевленої у раніше створеній продукції, яка використовується тією чи іншою мірою для виробництва нової продукції

Зростання продуктивності праці виявляється у:

- скороченні витрат праці на одиницю продукції, що виражається в економії трудових і матеріальних ресурсів;
- зростанні маси споживчої вартості, що визначається за результатами праці;
- зміні співвідношення між витратами живої й минулої праці зі зменшенням загальних витрат праці. [1]

Ще одним показником продуктивності праці є ефективність праці.

Ефективність праці — економічна категорія, що характеризує результативність праці й враховує низку соціально-психологічних аспектів, а саме:

- корисність результату праці;
- значущість трудових затрат для підприємства і суспільства;
- моральне задоволення від процесу трудової діяльності.

Застосування категорії "ефективність праці" в сучасному економічному і соціальному житті суспільства все більше поширюється. Це пов'язано зі зростанням кількості й ролі:

- працівників сфери обміну і грошово-кредитної системи;
- праці науковців, конструкторів, робітників та інженерно-технічних працівників, які зайняті в експериментальному виробництві нових зразків техніки, обладнання, товарів широкого вжитку;
- праці в нематеріальних галузях суспільного виробництва. [2]

Адже результати їх діяльності напряду залежать від того наскільки вони будуть ефективно працювати.

Тому можна виділити 3 групи факторів за якими можна покращити продуктивність праці. Дані фактори відображені на рисунку 1. [3]

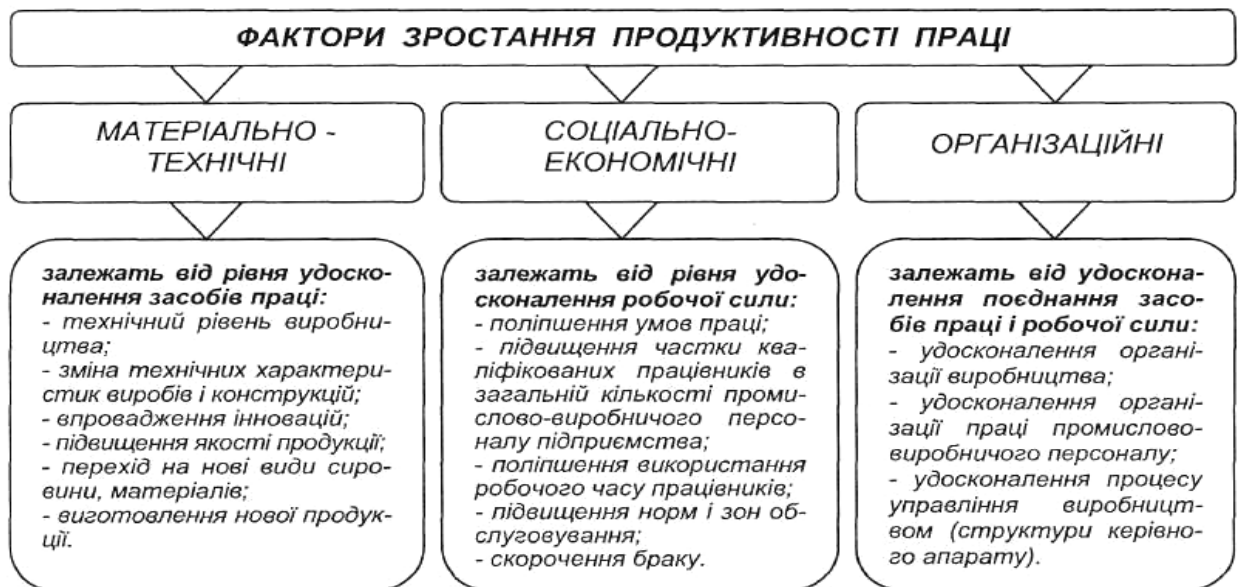


рисунок 1 – Фактори зростання продуктивності праці

Як можна побачити з рисунка трьома групами факторів зростання продуктивності праці перший з яких є матеріально-технічний, який пов'язаний з покращенням матеріальної бази підприємства. За рахунок покращення сировини чи обладнання підприємство може виробляти більше продукції, ніж за старого обладнання і за рахунок цього буде зростати продуктивність праці.

Другим фактором є соціально-економічний, який зорієнтований на самих працівників. Суть цього фактору полягає в тому, що якщо покращити умови для праці працівників і робити їх більш кваліфікованими то за рахунок цього продуктивність праці також зросте.

Третім фактором є організаційний момент, який зорієнтований на покращенні організаційних питань підприємства. Завдяки цьому фактору при виробництві може з'явитись заощадження часу за рахунок зменшення недоцільно використаного часу, або відмова від нерентабельного виробництва на користь прибутковому, що в свою чергу призводить до покращення продуктивності праці.

Окрім вищевказаних факторів, які спрямовані на покращення ефективності продуктивності праці доцільно використовувати програми управління продуктивністю праці, які включають в себе такі етапи:

- 1) вимірювання і оцінка досягнутого рівня продуктивності на підприємстві в цілому і за окремими видами праці зокрема;
- 2) пошук і аналіз резервів підвищення продуктивності на основі інформації, одержаної в ході вимірювання і оцінки;
- 3) розробка плану використання резервів підвищення продуктивності праці, який повинен включати конкретні заходи і терміни їх реалізації, передбачати фінансування витрат на ці заходи й очікуваний економічний ефект від їх впровадження, визначати відповідальних виконавців;
- 4) розробка систем мотивації працівників до досягнення запланованого рівня продуктивності;
- 5) контроль за реалізацією заходів, передбачених планом і всією програмою, і регулювання їх виконання;
- 6) вимірювання і оцінка реального впливу передбачуваних заходів на зростання продуктивності праці. [4]

Висновки

Отже, підвищення продуктивності праці — це складне комплексне завдання, однаково важливе для організацій будь-якої сфери діяльності й будь-якого розміру, якщо вони планують досягти успіху в ринковій конкуренції. Якого можна досягти якщо використовувати аналіз усіх факторів продуктивності праці, а також спеціальні програми для контролю і покращення ефективності праці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1) Данюк В. М. Менеджмент персоналу : [навч. посібник] / Данюк В. М., Петюха В. М. – К. : КНЕУ, 2004. – 398 с

- 2) Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посібн. / Є. П. Качан, О. П. Дяків, В. М. Островерхов та ін.; за ред. Є. П. Качана. – К. : Знання, 2008. – 407 с
- 3) Освітній портал «Навчальні матеріали онлайн» : Режим доступу: https://pidruchniki.com/12090613/ekonomika/faktori_zrostannya_produktyvnosti_pratsi_otsinka_dynamiki;
- 4) Гуменюк Н.Д. і ін. Економічні методи керування і прискорення розвитку виробництва.-Київ Техніка, 2003

Лесько Олександр Йосипович – кандидат економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Лошак Михайло Володимирович – студент групи Мов-15б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, fm.3mo15. loshak@gmail.com.

Lesko Oleksandr Yosipovich - candidate of economic sciences, professor, head of the department of enterprise economics and production management Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Loshak Mykhailo Volodymyrovych - student of the МОВ-15b group, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, fm.3mo15.loshak@gmail.com.

ТЕНДЕНЦІЇ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА У СВІТОВІЙ ПРАКТИЦІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті здійснена спроба виявити та узагальнити сучасні тенденції розвитку державно-приватного партнерства у світовій практиці та оцінити можливості імплементації світового досвіду у вітчизняну економіку.

Ключові слова: державно-приватне партнерство, державний сектор, приватний сектор, світовий досвід.

Summar

The article attempts to identify and generalize current trends in the development of public-private partnership in world practice and assess the possibilities of implementing world experience in the domestic economy.

Key words: public-private partnership, public sector, private sector, world experience.

Вступ. Необхідність подолання кризових тенденцій в економіці України, забезпечення її сталого розвитку на основі модернізації системо утворюючих галузей та створення засад для економічного і соціального піднесення в регіонах активізує пошук шляхів і ефективних механізмів взаємодії держави і бізнесу. Орієнтація винятково на приватний сектор економіки у забезпеченні господарського розвитку, що домінувала у теоретичних дослідженнях і практичній господарській діяльності, не виправдала себе, про що переконливо свідчить як власний український досвід, так і досвід країн з розвинутою ринковою економікою.

Загальновизнаною стала теза про те, що держава повинна залишатись активним суб'єктом ринкових відносин і виступати регулятором економічного розвитку суспільства. Проте навіть провідні країни світу не в змозі у сучасних умовах самотійно забезпечити ефективне функціонування стратегічно важливих галузей економіки і реалізацію суспільно значущих проектів унаслідок обмеженості власних ресурсів і фінансових можливостей. Саме тому об'єднання ресурсів і дій приватного сектора і держави через механізм державно-приватного партнерства (ДПП) стає суттєвим кроком на шляху розв'язання соціально-економічних проблем суспільного розвитку і підвищення ефективності економіки, перетворюючись на дійовий інструмент залучення інвестицій, упровадження інноваційних технологій, збільшення конкурентоспроможності країн на світовому ринку.

Успішний досвід реалізації ДПП у розвинених країнах світу зумовлює необхідність його дослідження з метою вивчення позитивного досвіду і обґрунтування на цій основі рекомендацій щодо активізації державно-приватного партнерства в Україні.

Формування фундаментальних засад створення партнерських відносин між державою та бізнесом бере свій початок з давнього минулого. Співпраця між публічним та приватним секторами для створення, організаційного забезпечення і управління інфраструктурою, особливо транспортною, має глибокі традиції у багатьох країнах світу. Історія проектів державно-приватного партнерства в Бразилії, Іспанії, Італії, Мексиці, США, Франції, деяких інших країнах налічує декілька століть [1, с. 12].

У сучасному світі виділяються дві принципово різні як за методологією, так і за глибиною змін, що відбуваються, схеми інституційної еволюції відносин держави і приватного бізнесу, на основі яких створюються конкретні форми ДПП [2, с. 38]. Перша представляє собою структурну адаптацію наявного інституційного середовища до цілей, пріоритетів та умов економічної діяльності держави, що постійно змінюються. Упровадження нових принципів, норм і правил співпраці публічного і приватного секторів у чинні інститути відбувається або в контексті проголошеної нової економічної політики державного регулювання (Велика Британія, Нова

Зеландія, Аргентина, більшість країн Латинської Америки), або в контексті змін та доповнень наявної системи державного управління (США, Канада, Японія, країни ЄС). Таким же шляхом запровадження інститутів ДПП йдуть країни, що розвиваються, в яких рівень сформованості ринкових відносин є достатнім для встановлення партнерських взаємозв'язків типу «держава-бізнес».

Другий підхід до впровадження ДПП пов'язаний з формуванням повністю нового інституційного середовища, яке відповідає принципам функціонування ринкової економіки і новому розумінню місця держави у господарському житті суспільства. Ця схема реалізується в колишніх соціалістичних країнах, що утворилися на пострадянському просторі та в деяких країнах, що розвиваються. Першими кроками на шляху створення нового інституційного середовища у цих країнах стає формування відповідної законодавчої бази та державних агенцій для координації загальних питань і сприяння розвитку партнерських відносин. Проте брак досвіду у побудові організаційно-економічного механізму взаємодії держави і бізнесу, врегулюванні фінансових і фіскальних відносин гальмує успішний розвиток ДПП, що потребує більш широкого залучення зарубіжного досвіду і надбань тих країн, які є безперечними лідерами у цій сфері, перш за все: Великої Британії, США, Франції, Нідерландів.

Порівняльний аналіз розвитку ДПП показує два основних способи організації форм партнерства. По-перше, державний сектор та приватні партнери приєднуються до існуючої компанії або спільно засновують змішану компанію (у якій держава загалом має більший вплив). Головна характеристика такого способу

– об'єднання державних і приватних фінансів. По-друге, представники держави і приватного бізнесу укладають договори (контракти) про співробітництво і взаємні дії. Це може бути Договір про співпрацю, Договір про управління компанією, Договір про реалізацію, Лізинговий договір, Договір концесії тощо.

Проблема створення нових можливостей для розвитку бізнесу із застосуванням механізмів ДПП набуває у нашій країні все більшої актуальності. В Україні створено правові засади для розвитку державно-приватного партнерства: починаючи з 1999 р. діють закони про концесії, про угоди про розподіл продукції, про державно-приватне партнерство та інші закони, якими врегульовується діяльність за напрямками ДПП. Особливого поширення практика державно-приватного партнерства отримала в останні два-три роки, коли під впливом розповсюдження принципів корпоративної соціальної відповідальності між представниками великих українських корпорацій, таких, наприклад, як ДТЕК, Метінвест, укладаються договори з органами місцевого самоврядування про спільну реалізацію проектів щодо відновлення соціальної і комунальної інфраструктури міст і населених пунктів присутності компаній. Важливо при цьому, що не тільки бізнес демонструє зацікавленість у реалізації таких проектів, але і місцева влада отримує можливість відродження територій і збереження потенціалу їх розвитку.

В Україні з другої половини 2013 року розпочато реалізацію 160 проектів на засадах державно-приватного партнерства (ДПП). Вони здійснюються у різних сферах господарської діяльності: 71 проект стосується водопостачання, 32 – виробництва, транспортування і постачання тепла, 16 проектів – будівництва та експлуатації транспортної інфраструктури (в тому числі морських і річкових портів), 9 проектів реалізуються у сфері туризму, відпочинку, рекреації, культури та спорту, ще 8 – у галузі геологорозвідки та видобування корисних копалин, 7 проектів спрямовані на оброблення відходів, по 3 реалізуються у сферах охорони здоров'я та енергетики [3].

На сьогодні найпоширенішою формою співробітництва між державним та приватним секторами у вітчизняних умовах залишається концесія – договір, за яким держава передає бізнесу права на використання якогось об'єкта або майна. На цих умовах зараз в Україні укладено 77 договорів, в основному у сфері надання житлово-комунальних послуг, таких, як забезпечення водопостачання жителям селищ (61 договір), виробництво та постачання тепла й електроенергії, забезпечення послуг зі збору і вивозу сміття, надання послуг у житлово-експлуатаційній сфері [3]. Ще 39 договорів державно-приватного партнерства стосувались регулювання спільної діяльності щодо об'єктів державної (комунальної) власності, з яких 16 було укладено морськими торговельними портами. Крім того, на сьогодні 44 проекти реалізуються із застосуванням інших форм ДПП, зокрема, укладено 42 договори оренди та 2 – про пайову участь [3]. На сьогодні в Україні триває робота щодо визначення перспективних проектів та можливостей залучення інвестиційних ресурсів на умовах ДПП, проте масштаби його поширення залишаються недостатніми з огляду на обсяг тих завдань, які необхідно вирішувати державі у сфері створення сучасної інфраструктури суспільного розвитку.

Аналіз практики здійснення державно-приватного партнерства в Україні порівняно з досвідом розвинених країн світу дає підстави для висновку про те, що в Україні є низка перешкод на шляху реалізації ДПП. За відсутності державних гарантій через політичну нестабільність у країні найголовнішою проблемою є значний ризик інвестування, перш за все, у капіталомісткі об'єкти. За цих умов бізнесу стають цікавими тільки короточасні і найбільш прибуткові проекти, реалізація яких здійснюється у тому числі за міжнародними зобов'язаннями країни. Прикладом таких проектів можна вважати об'єкти, побудовані під Євро-2012 [4, с.49].

До проблем становлення ДПП варто зарахувати і кадрову складову. Фахівці у сфері державного управління України, що здатні професійно оцінювати довгострокові інвестиційні договори, практично відсутні. Таких фахівців не готують вітчизняні освітні установи, відсутні відповідні методики, програми та спецкурси, на відміну від розвинених країн, де на створення кадрового потенціалу та методичних напрацювань у сфері ДПП звертається значна увага. Сьогодні в Україні на державному рівні відсутні органи, які б безпосередньо займалися питаннями державно-приватного партнерства: починаючи від надання пропозицій щодо проектів, які можна реалізувати завдяки співпраці бізнесу та влади, та закінчуючи участю держави не тільки як співвиконавця, але й як співвласника проектів, за прикладом Великої Британії [5, с.49]. Наразі у профільних Міністерствах України є департаменти державно-приватного партнерства, але вони працюють скоріш як статистично-інформативні органи, фіксуючи та надаючи інформацію громадськості стосовно умов та кількості реалізації проектів між владою і бізнесом.

Враховуючи досвід розвитку державно-приватного партнерства у розвинених країнах світу, для України ключовими завданнями стає усунення бюрократичних перешкод на шляху реалізації ДПП, розробка механізму доступності та привабливості ДПП на муніципальному рівні, забезпечення прозорості та публічного доступу до конкурсів і тендерів на реалізацію проектів ДПП, створення центру розвитку ДПП на державному рівні у вигляді особливої інституції, яка б здійснювала координацію дій щодо розвитку різних форм і напрямів державно-приватного партнерства, акумулювала, аналізувала і розповсюджувала досвід реалізації проектів ДПП на місцях та в національних масштабах.

Висновки

Встановлено, що на сьогодні державно-приватне партнерство є однією з найбільш ефективних форм співробітництва між публічним і приватним секторами суспільства. Ця співпраця заснована на визнанні факту, що обидві сторони отримують вигоди від об'єднання фінансових ресурсів, технологій і управлінських знань заради підвищення якості послуг для громадян. Практика застосування ДПП в окремих країнах показує, що цей механізм використовується там, де держава і бізнес мають взаємодоповнюючі інтереси, але при цьому не в змозі діяти повністю самостійно і незалежно один від одного.

Спільною рисою для країн, де розвинуте ДПП, є те, що для успішної реалізації проектів державно-приватного партнерства на державному рівні були створені спеціальні інституції у вигляді центрів державно-приватного партнерства. У різних країнах вони мають більші чи менші повноваження щодо прийняття рішень з реалізації проектів і здійснення впливу на бізнес-партнерів. Проте всі центри ДПП в тому чи іншому вигляді займаються бізнес-плануванням і надають допомогу ініціаторам проектів щодо підбору фінансових, технічних та інших консультантів. Центри також беруть участь у процесі державних закупівель, у тому числі приймають пропозиції на укладання контрактів, проводять аналіз пропозицій, що надійшли, надають допомогу органам виконавчої влади стосовно укладання і контролю за здійсненням контрактів.

Отже, ефективний розвиток державно-приватного партнерства в Україні у довгостроковій перспективі можливий за умови створення центру ДПП і подальшої розробки законодавчої бази його функціонування на національному і регіональному рівнях. Це дозволить забезпечити якісний і кількісний стрибок у розвитку ДПП і вирішити цілу низку проблем, пов'язаних з фінансуванням стратегічно важливих об'єктів розвитку національної економіки і її регіонів.

Список літератури

1. Сазонов, В. Е. Государственно-частное партнерство: гражданско-правовые, административно-правовые и финансово-правовые аспекты [Текст] : монография / В. Е. Сазонов // Кафедра административного и финансового права Российского университета дружбы народов. – М., 2012. – 492 с.
2. Зарубежный опыт реализации государственно-частного партнерства: общая характеристика и организационно-институциональные основы [Текст] / А. В. Гладов, А. М. Исупов,

А. С. Мартышкин, Д. В. Прохоров, А. В. Тарасов, Н. М. Тюкавкин, В. М. Цлаф // Вестник Самарского государственного университета. – 2008. – № 7. – С. 37-54.

3. Інформаційно-аналітичний бюлетень КМУ від 14.08.2013. [Електронний ресурс] – Режим доступа: <http://www.google.ru/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCUQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.info-kmu.com.ua%2F2013-08.14.pdf&ei=-T4wU-D0D-PnygPYxoGoCw&usg=AFQjCNEEMf9NcVyxBIyPSCi7Ws4d1p-tOw&cad=rjt>.

4. Головінов, О. М. Державно-приватне партнерство в інноваційній сфері [Текст] / О. М. Головінов // Вісник економічної науки України. – 2010. – № 1. – С. 47-51.

5. Оленцевич, Н.В. Державно-приватне партнерство у розвинених країнах світу: досвід для України, «Економічна думка», 2014. – том 15. – № 1. – с. 134-143.

Небава Микола Іванович – к.е.н., професор кафедри ЕПВМ. Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця,

Лі Янань – аспірант кафедри ЕПВМ, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця,

Nebava Nikolay Ivanovich - Candidate of Economic Sciences, Professor of the Department of the EPVM. Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Li Yanan - postgraduate student of the department of the EPVM, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Управлінська інформація: сутність, класифікація, вимоги

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто важливість інформації для менеджера, визначено значення понять інформація та управлінська інформація. Проаналізовано різновиди інформації за кваліфікаційними ознаками. Описано якісні характеристики інформації та визначено яка інформація є цінною.

Ключові слова: інформація, управлінська інформація, цінна інформація.

Abstract

Basic investigates the importance of information for the manager, defines the meaning of the concepts of information and management information. Variants of information on qualification features are analyzed. It describes the qualitative characteristics of the information and determines which information is valuable.

Key words: information, management information, valuable information.

На сьогоднішній день, чи не найголовнішим чинником ефективної системи управління діяльністю виробничо-господарського підприємства є інформаційна підтримка управлінських рішень. Безпосередньо наявність повноцінної та якісної інформації на підприємстві обумовлює раціональність вибору будь-якого управлінського рішення. Однак, незважаючи на бурхливість розвитку інформаційних технологій та активного використання програмного забезпечення в системах управління підприємством, існує низка проблем та критики відносно достовірності, якості та ефективності інформації [1].

Проблематиці інформаційного забезпечення при процесі прийняття управлінських рішень на підприємстві присвячені праці таких відомих науковців як: Є.В. Вербін, Ю.Г. Корнєв, П. Страсман. Теоретичні дослідження сутності інформації присвячені роботи Б.І. Мороза, В.В. Свиридова, Г.П. Шанкіна [2].

Метою дослідження є визначення видів інформації та основних якісних характеристик управлінської інформації, на основі яких може здійснюватися оцінка ефективності того або ж іншого виду інформації у загальній системі управління підприємством.

У науці не існує окремого, чіткого визначення поняття інформація. У загальному вигляді можна дати таке визначення поняттю інформації. Інформація – це відомості та факти про навколишній світ, які відображені у свідомості людини та зафіксовані певним способом та мають властивість відтворюватись [2].

Управлінська інформація – це певний набір фактів, які можуть бути корисними для менеджера під час розробки та реалізації управлінського рішення [1].

Існує безліч класифікацій управлінської інформації, оснований на її властивостях і характеристиках. Так, інформація класифікується за рядом ознак, зокрема [3]:

- 1) За функціональним змістом:
 - правова – сукупність відомостей та документів про право, його систему, юридичні факти, правовідносини, правопорядок тощо;
 - економічна – сукупність відомостей, які відображають відносини та процеси пов'язані з виробництвом, розподілом, обміном і споживанням матеріальних та нематеріальних благ;
 - соціальна – сукупність відомостей, даних та знань, які формуються в суспільстві та використовуються індивідами, соціальними групами для регулювання соціальної взаємодії;
 - технічна – сукупність відомостей про вітчизняні та закордонні досягнення науки, техніки;
 - тощо.
- 2) За формою подання:
 - візуальна;
 - аудіоінформація;
 - паперова.
- 3) За призначенням:
 - одноцільова - вирішення однієї конкретної проблеми;
 - багатоцільова – для вирішення декількох проблем.
- 4) За ступенем готовності для використання:
 - первинна - інформація, яка збирається вперше для вирішення певної чітко визначеної проблеми;

- проміжна – інформація, яка зазнала певної обробки (зведення, групування та ін.);
- кінцева інформація, яка безпосередньо використовується для прийняття управлінських рішень.

5) За ступенем важливості:

- важлива;
- бажана;
- фонова.

6) За повнотою:

- часткова;
- комплексна.

7) За характером використання:

- універсальна – інформація, яка може використовуватись для вирішення декількох проблем;
- індивідуалізована – інформація, яка може використовуватись для вирішення лише однієї проблеми.

8) За ступенем надійності:

- достовірна – інформація, яка безсумнівно містить вірні відомості;
- вірогідна – інформація, яка ймовірно містить помилкові відомості.

9) За джерелом походження

- зовнішня – інформація, яка була створена поза межами організації;
- внутрішня – інформація, яка була створена в середині організації.

10) За терміном використання:

- постійна;
- змінна;
- оперативна;
- прогнозна.

Інформацію, з одного боку, можна розглядати як предмет праці менеджера, тобто те, на що спрямовані його трудові зусилля (збір інформації, її узагальнення та аналіз). З іншого ж боку, інформація – це результат праці менеджера, який представлений у вигляді інформації (звіт, наказ, розпорядження та ін.).

До основних якісних характеристик, які притаманні будь-якій управлінській інформації, можна віднести [4]:

- достовірність - властивість інформації відображати реально існуючі об'єкти із необхідною точністю;
- об'єктивність – інформація є засобом пояснення закономірності реального світу та його перетворень;
- повноту - визначення достатності даних для прийняття управлінських рішень;
- своєчасність – відповідність інформації поточному моменту часу;
- суттєвість – міра користі інформації для прийняття управлінського рішення.

Однак, навіть якщо інформація містить у собі всі перераховані якісні характеристики у достатній мірі, це не завжди свідчить про ефективність використання управлінської інформації на підприємстві.

У теорії інформації зазначається, що основною якісною характеристикою інформації, яка пов'язана із ефективністю її використання, вважається цінність інформації.

Цінність інформації – це основа оцінки ефективності використання управлінської інформації у процесі прийняття управлінських рішень на підприємстві [4]. Однак, дійсно цінна інформація має містити ряд другорядних якісних характеристик, які наведені вище. Отже, можна стверджувати, що цінність управлінської інформації це узагальнений показник її якості, який характеризує наявність у достатній мірі інших характеристик. Виділивши такі характеристики інформації, можна здійснювати оперативний контроль усіх видів інформації для потенційних користувачів, щоб користувач був абсолютно впевнений у якості інформації, на основі якої він буде приймати управлінські рішення.

Цінність управлінської інформації на підприємстві можна визначити, виходячи з мети її використання, тобто одна й та ж інформація може мати різну цінність для різних управлінських цілей. Для оцінки цінності інформації менеджеру необхідно проаналізувати всю управлінську інформацію на підприємстві за цілями використання, і лише тоді робити висновок про те, яку цінність має та або інша інформація.

Отже, управлінська інформація відіграє важливу роль в професійній діяльності менеджера. Ефективність інформаційного забезпечення на підприємстві необхідно оцінювати за якісними характеристиками управлінської інформації: достовірність, об'єктивність, повнота, своєчасність та суттєвість. Головною із якісних характеристик є цінність інформації, яка містить усі інші характеристики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Вербін Є., Пінчук Ю., Белов А. Інформаційне забезпечення для обґрунтування раціональних управлінських рішень // Економіка та держава. – 2006. – № 2. – С. 61-62.
2. Корнєв Ю.Г. Теоретичні аспекти інформаційного забезпечення підприємницької діяльності // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 5(83). – С. 30-36.
3. Корнєв Ю.Г. Проблеми формування загально-національної системи інформаційного забезпечення розвитку підприємництва // Економіка: проблеми теорії та практики. — Дніпропетровськ, 2010. — Вип. 187. — Т. IV.—С.857—865.
4. Верба В.А. Інформаційне забезпечення управління розвитком компанії / В.А. Верба // Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. Випуск 22. – К.: КНЕУ, 2009. – С. 145-154.

Мацкевічус Світлана Стасівна – ст. викладач кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Сікорська Лілія Володимирівна – студентка групи МПОУ-18мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Matskevichus Svitlana S. – senior lecturer of the Department of Economics of enterprise and production management, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia

SikorskaLiliia V.-student, faculty of management Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.

Supervisor:

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ЯК СКЛАДОВА УСПІХУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті охарактеризовано ризики як невід'ємну складову будь-якої підприємницької діяльності. Розглянуто існуючі підходи до розуміння сутності та змісту поняття ризику з формулюванням авторського розуміння. Ефективне управління ризиками визначено дієвим інструментом у сучасній конкурентній боротьбі та джерелом розвитку підприємства. Охарактеризовано основні групи управління ризиками.

Ключові слова: ризик, невизначеність, управління ризиками, антисипативне управління.

Abstract

The article describes risks as an integral part of any business activity. The existing approaches to understanding the essence and content of the concept of risk with the wording of the author's understanding are considered. Effective risk management has been identified as an effective tool in today's competitive environment and the source of enterprise development. The main groups of risk management are described.

Keywords: risk, uncertainty, risk management, antisypative management.

Вступ

Посилення глобалізаційних процесів та євроінтеграційні перспективи вносять свої корективи в напрямки економічного розвитку України та реалізації її національних інтересів на світовій арені.

Важливим завданням для країни стає розвиток конкурентоспроможних галузей господарювання зі стійкими конкурентними перевагами. Це, в свою чергу, не дає можливості уникнути ризиків, що збільшує невизначеність та непрогнозованість майбутнього, зростає необхідність розробки та впровадження дієвих механізмів управління ризиками.

Метою статі є дослідження ризиків як джерела успіху підприємницької діяльності.

Результати дослідження

Ризики є невід'ємною складовою будь-якої підприємницької діяльності. Тотальність та всеосяжність ризиків за сучасних умов господарювання призвели до появи тверджень про те, що проблема ризику набирає загальноекономічного значення, оскільки ризик сприймається як один з головних факторів сучасного і, особливо, майбутнього суспільства. Деякі автори, зокрема Роберт Швებлер, Ульріх Бек, навіть вбачають у цьому початок процесу формування новітнього етапу розвитку суспільства – «суспільство ризику» і стверджують, що людство вже вступило в цю нову фазу/етап розвитку [1].

Історично ризик є усвідомленням людиною певного рівня (ймовірності настання) небезпеки. Річард Кантільон, який ввів в науковий обіг термін «підприємництво», вважав, що функція підприємництва – діяти у невизначеності, в ній знаходити джерело задоволення своїх матеріальних потреб, а підприємець – це індивідуум, який діє в умовах ризику та невизначеності [2].

Узагальнивши множину існуючих підходів до розуміння сутності та змісту поняття ризику, в сучасній теорії та практиці можна виокремити такі основні концепції ризику [3]:

1. Концепція, яка пов'язує ризик з поняттями небезпеки і / або загрози. В рамках цієї концепції розглядають негативні події, які заподіюють шкоду людині і організаціям, а під ризиком розуміють можливість настання подій з негативними наслідками, тобто можливість реалізації передбачуваної небезпеки. Управління ризиками – це способи зменшення ймовірності настання негативних подій і (або) наслідків від них за допомогою заходів, які вимагають розумних витрат. Дана концепція лежить, зокрема, в основі теорії природної та техногенної безпеки.

2. Концепція ризику як невизначеності. Ризик існує скрізь, де є невизначеність майбутнього. Ризик тим вище, чим більш багатоваріантне майбутнє. Концепція апелює до такого теоретичного поняття як імовірнісний розподіл можливих (позитивних і негативних) фіналів деякої операції. При наявності невизначеності та альтернатив ризик – це можливість реалізації найгірших альтернатив. Ризик є

мірою невідповідності між різними результатами рішень, які оцінюють з точки зору їхньої корисності, шкідливості, а також ефективності за критеріями відповідності обраним орієнтирам; ступенем невизначеності економічного результату в майбутньому; можливістю появи обставин, що зумовлюють невпевненість або неможливість отримання очікуваних результатів від реалізації поставленої мети. Використовують в теорії прийняття рішень, теорії ігор, портфельного інвестування, а ризик-менеджмент в її рамках спрямований на зменшення дисперсії між очікуваними результатами і дійсними результатами.

3. Концепція ризику як можливості заснована на взаємозв'язку між ризиком і прибутковістю. Чим вище ризик, тим вище потенційний дохід. Такої концепції ризику більш близьким є поняття шансу, а ризик-менеджмент означає використання техніки максимізації доходу при одночасному обмеженні втрат. Вона використовується при управлінні фінансовими та економічними ризиками.

Підсумувавши, під ризиком розуміємо імовірність (можливість) настання невизначеного результату (невдачі (ненастання очікуваних подій) або успіху) в результаті прийняття відповідних рішень (обраних із можливих альтернативних варіантів) і/або впливу випадкових подій, чинників, обставин [4].

Ризик є досить складним феноменом з широким видовим різноманіттям, роль і місце яких у розвитку та функціонуванні інноваційної економіки змінюється, що відбивається на поведінці суб'єктів підприємницької діяльності.

Повне виключення невизначеності та ризиків є бажаним, однак неможливим завданням для підприємств. Незважаючи на високий потенціал втрат, саме ризиковані ідеї можуть стати джерелом розвитку для підприємства. Тому важливо навчитись приймати креативні рішення в умовах невизначеності та ризику.

Ризик доцільно розглядати не тільки як загрозу, але й як можливості для розвитку. Ризик оцінює ймовірність настання певних перешкод цілям і завданням підприємця або ж виникнення можливостей, скориставшись якими можна покращити результати господарювання, освоїти перспективні сфери діяльності та розвиватись.

Згідно із загальновідомою в науці аксіомою про потенційну небезпеку будь-яка діяльність небезпечна, тим самим досягти нульового ризику (або абсолютної безпеки) неможливо, тому говорять про доцільність досягнення мінімального (або соціально прийнятного) ризику. Однак і перестраховування (ризик зводиться до нуля) і авантюризм (максимально можливий ризик) мають негативний характер. Так, перестраховування може привести до заниженого ефекту, авантюризм – до неотримання запланованого результату, викликаного надмірним ризиком. Необхідним є оптимальне рішення, яке повинно містити обґрунтований розрахунок ризик. Виправданий ризик майже завжди корисний. Він підвищує ефективність будь-якої діяльності [5].

Управління ризиками передбачає вибір і реалізацію сукупності методів, прийомів, інструментів щодо виявлення, аналізування та оцінювання ризиків з відповідною розробкою комплексу дій і заходів щодо регулювання діяльності у відповідності до виявлених загроз і можливостей для підприємства.

Ефективне управління ризиками може стати дієвим інструментом у сучасній конкурентній боротьбі та джерелом розвитку підприємства за умови розробки та впровадження надійної системи управління ними.

При управлінні ризиками підприємницької діяльності відповідні дії повинні спрямовуватись не на ігнорування та мінімізацію, а на оптимізацію допустимих ризиків і дотримання балансу між стабільністю бізнесу та рівнем ризикованості ситуації, оскільки вони є також джерелом і нових можливостей, що створюють передумови для розвитку підприємства за рахунок освоєння нових напрямків зростання та пошуку нетрадиційних джерел вирішення проблем. Між ризиком і прибутковістю діяльності існує залежність: чим вищий очікуваний прибуток на інвестований капітал, тим вищим є ступінь ризикованості діяльності. Тому необхідно навчитися передбачати ризик, оцінювати його розміри, планувати заходи по його оптимізації та не перевищувати допустимих меж.

Управління ризиками повинно мати системний характер, бути неперервним, цілеспрямованим, систематичним, направленим на досягнення стабільності та перспективного розвитку підприємства, забезпечення його конкурентоспроможності на глобальному ринку. Важливим завданням в системі управління ризиками підприємства за сучасних умов має стати вчасна ідентифікація можливих загроз (можливостей) в малопрогнозованому глобальному бізнес-середовищі та швидка адекватна реакція системи менеджменту на можливі зміни.

Це завдання ускладнюється високими темпами змін у сучасному середовищі господарювання та інформаційно-часовими обмеженнями при прийнятті відповідних рішень. Ефективним інструментом у вирішенні даної проблеми може стати формування перспективно-орієнтованої системи управління ризиками підприємницької діяльності підприємства, що ґрунтуватиметься на принципах антисипативного управління [4].

Антисипативне управління спрямоване на розроблення сукупності управлінських заходів щодо розв'язання потенційної проблеми ще до її фактичного настання. Концепція антисипативного управління базується на тому, що будь-яка потенційна подія характеризується певним періодом свого розвитку від слабких до сильних сигналів, які повідомляють про виникнення явища. Слабкі сигнали – це інформаційні повідомлення кількісно-якісного характеру, які вказують на початкові зміни тенденцій розвитку потенційних явищ або виникнення нових тенденцій у середовищі функціонування організації. Коректно ідентифіковані та належним чином оброблені сигнали формують базу для розроблення та прийняття превентивних управлінських рішень щодо випередження настання потенційних явищ внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства [6].

За сучасних умов практичне застосування знайшли чотири основні групи методів управління ризиками [4]:

1. Ухилення від ризику, що передбачає повне виключення можливості матеріалізації ризику (відмову від ризикованих дій, уникнення впливу негативних подій, відмова від ненадійних контактів тощо). Такий спосіб впливу на ризики є найпростішим і найпоширенішим в практиці господарювання, однак він не дозволяє максимізувати вигоду, або є відмовою від прибутку загалом.

2. Передача ризику передбачає передавання наслідків матеріалізації ризику та відповідальності третій стороні (аутсорсинг ризиків, надання гарантій, страхування, хеджування ризиків тощо).

3. Зниження ризику – зниження ймовірності матеріалізації та негативних наслідків від настання потенційних подій (зменшення розмірів збитків, зниження частоти негативних наслідків, диференціація ризиків тощо).

4. Прийняття ризиків передбачає формування резервів на випадок негативних наслідків. Можливим є поглинання ризиків (визнання збитків та відмова від їх страхування при допустимих розмірах потенційних втрат), лімітування (визначення гранично допустимих сум втрат). Дана група методів відноситься до превентивних щодо управління ризиками, однак потребує і найскладнішої процедури оцінювання та прогнозування розвитку майбутніх подій.

На практиці доцільним є комплексний підхід до застосування різних методів управління ризиками діяльності, що дозволяє максимізувати ефект від їх практичної реалізації, мінімізувавши витрати на виконання завдань, на управління ризиками зокрема.

Висновки

Глобалізаційні перетворення та світові інтеграційні процеси змінюють акценти в конкурентній боротьбі, трансформуючи умови та інструменти формування конкурентних переваг.

Важливим завданням підприємця є прийняття ризикованих ситуацій з обґрунтуванням відповідних рішень. Це вимагає формування та практичної реалізації ефективної системи управління ризиками на підприємстві. За сучасних умов господарювання така система повинна базуватись на антисипативному підході, що дозволить розробити сукупність управлінських заходів щодо розв'язання потенційної проблеми ще до її фактичного настання. Такий підхід є досить дієвим інструментом забезпечення ефективності ризик-менеджменту, зменшення рівня невизначеності сучасного середовища господарювання та максимізації часу для підготовки суб'єкта господарювання до потенційних подій. Це дозволяє мінімізувати вплив загроз та максимізувати вигоди від використання можливостей для розвитку підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Шкарлет С. М. Інноваційний розвиток підприємства : навч. посіб. / С. М. Шкарлет, В. П. Ільчук. – Чернівці : Черніг. нац. технол. ун-т, 2015. – 308 с.
2. Тебекин А. В. Методы принятия управленческих решений : учебник / А. В. Тебекин. – М. : Юрайт, 2015. – 572 с.
3. Вишняков Я. Д. Общая теория рисков : учебное пособие / Я. Д. Вишняков, Н. Н. Радаев, К. А. Кирсанов. – М. : Академия, 2008. – 368 с.
4. Lesko O. Y. Development of approach to anticipatory risk management of the enterprise under uncertainty conditions / Lesko O. Y., Prychepa I. V., Lesko T. V. // Technology audit and production reserves. –2017. — № 4/4(36). – С.9–15.

5. Вдовиченко О. В. Минимизация неоправданного риска [Электронный ресурс] / О. В. Вдовиченко. – Режим доступа : [www/URL: http://scienceandeducation.pdpu.edu.ua/journals/2009/NiO_5_2009/1_razdel/vdovigh.htm](http://www.scienceandeducation.pdpu.edu.ua/journals/2009/NiO_5_2009/1_razdel/vdovigh.htm).

6. Мельник О. Г. Антисипативне управління підприємствами на засадах слабких сигналів / О. Г. Мельник, М. Є. Адамів // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – №1(139). – С. 32 – 41.

Прычепя Ірина Валеріївна – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, email : prychepa.iryana@gmail.com.

Prychepa Iryna V. – Ph. D (Econ.), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics Enterprise and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ВПЛИВ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ТЕХНОПАРКІВ В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті висвітлено суть, основні завдання та призначення технологічних парків як одного із ефективних засобів поліпшення інноваційного розвитку, а також особливості їх функціонування в Україні.

Ключові слова: технологічний парк, державна підтримка, інновація

Abstract

In the article essence, basic tasks and settings of technological parks, is reflected as one of effective facilities of improvement of innovative development, and also feature of their functioning, in Ukraine.

Keywords: technological park, state support, innovation

Вступ

Тенденції розвитку сучасної економіки зумовлюють еволюцію форм організації інноваційної сфери. Ефективними формами все більше стають інтегровані освіти, які забезпечують необхідну взаємодію науково-технічного і виробничого потенціалів, прискорення інноваційного процесу та підвищення його результативності. До основних інтегрованих утворень відносяться технопарки, які при відповідній системі управління і державної підтримки сприяють ефективному відтворенню інноваційного потенціалу країни. Досвід створення і функціонування технопарків в нашій країні і за кордоном підтверджує їх ключову роль в створенні науково-технічної бази для вирішення соціально-економічних завдань. Визнання державної важливості збереження і підтримки технопарків як ефективних форм організації інноваційної діяльності, на основі яких здійснюється стратегія стимулювання економічного зростання, є одним з ключових моментів переходу до інноваційної економіки. У зв'язку з цим, необхідний науково-обґрунтований підхід до оцінки вітчизняної практики та використання досвіду економічно розвинених країн в області розробки і реалізації заходів державної підтримки діяльності технопарків.

Дослідники

Аналізові різних аспектів інноваційної діяльності технопарків в Україні присвятили праці відомі вітчизняні та зарубіжні дослідники, серед яких О. Блінов, Н. Вахтіна, О. Долгова, В. Третяк, Е. Фіаксель та інші. У них розглянуто механізми формування інституту інновацій в економіці, цільові функції та різноманітні форми зон спеціального призначення, питання стратегії їх розвитку, правового регулювання, державного забезпечення ефективного функціонування.

Основна частина

Обмеженість числа інструментів впливу на інноваційну активність підприємств робить необхідним концентрацію інтелектуального капіталу і формування точок зростання інноваційної економіки по всьому циклу - від виникнення ідеї до промислової реалізації. Такою організаційною формою є технопарки. Технопарки створюються для надання широкого спектра послуг по підтримці інноваційного підприємництва шляхом розвитку матеріально-технічної, соціально-культурної, інформаційної та фінансової баз його становлення.

Проблема соціально-економічної значимості й ефективності керування інноваційною діяльністю відноситься до недостатньо досліджених за кордоном і мало вивчених в Україні. Перш ніж оцінити соціально-економічне значення технологічних парків, необхідно звернутися до світового досвіду, оскільки вплив, зарубіжних нововведень та інновацій може виявитися ідентичним при організації цих структур в Україні. Державна підтримка інноваційної діяльності та, зокрема, технопарків має деякі особливості.

Органи державної влади мають сприяти насамперед створенню сприятливих умов для розвитку інноваційних процесів. Без сильної державної політики в інноваційній діяльності домогтися докорінного перелому в підвищенні конкурентоспроможності вітчизняного виробника неможливо.

Технопарки розглядаються в якості зон формування кластерів розробки і виробництва конкурентоспроможної високотехнологічної продукції. Створення сприятливих умов для інновацій, максимальне зниження трансакційних витрат за рахунок розташування всіх учасників на одному

компактному майданчику з високою концентрацією кадрів різного профілю є основною метою технопарку як інноваційної інфраструктури. Технопарки можуть підтримувати компанії на різних стадіях розвитку. На їх території повинні здійснювати свою діяльність як бізнес-інкубатори, що підтримують проекти тільки на початковому етапі, діяльність яких спрямована на реалізацію венчурних проектів у сфері високих технологій, так і комерційні підприємства, які надають юридичні, фінансові, інформаційно-технологічні, маркетингові та інші послуги. Таким чином, технопарки будуть надавати набір всіх необхідних послуг підприємствам, розміщеним на їх території в сфері високих технологій, що дозволить цим підприємствам отримати значну економію витрат і сконцентруватися на своїй основній діяльності.

Для технопарків було встановлено спеціальний режим інноваційної діяльності з 2000 по 2015 р., який передбачав, зокрема, надання низки прямих та непрямих видів державної підтримки. Непряма державна підтримка використовувалась переважно для залучення прямих іноземних та приватних інвестицій, сприяла розширенню інноваційної діяльності технопарків, оскільки законодавчо передбачено обов'язкове перерахування вивільнених від оподаткування сум на спеціальні рахунки технопарків з подальшим вкладанням їх у виробничий процес. Це дає можливість гарантовано і швидко отримати визначену суму коштів для реалізації інноваційних проектів практично без навантаження на витратну частину бюджету. Пряма державна підтримка технопарків надається для часткової компенсації відсотків за кредитами. Для отримання державної підтримки всі проекти технопарків проходять багатоступінчасту процедуру експертизи та відбору на відповідність законодавчо затвердженим стратегічним довго- і середньостроковим напрямам інноваційної діяльності.

При визначенні форм і методів державної участі в інноваційному процесі можна виділити такі принципи:

- основна функція державних органів полягає не в керівництві ходом реалізації інноваційного проекту, а в сприянні його учасникам у досягненні успіху, координації інноваційної діяльності;
- державні фінансові засоби відіграють роль каталізатора для залучення недержавних інвестицій у проект, тендерів;
- державна підтримка інноваційної діяльності вимагає використання виділених принципів при формуванні та розвитку технопарків України з урахуванням конкретних регіональних особливостей.
- відповідність головним національним пріоритетам у господарській, соціальній, військовій, політичній, науково-технічній, економічній сферах, у забезпеченні екологічної та національної безпеки;
- надання державних кредитів під низькі відсотки із зобов'язанням направляти фінансові ресурси на кредитування інвестиційних та інноваційних проектів, що забезпечують розвиток пріоритетних виробництв;
- регулювання міжнародних і регіональних аспектів інноваційних процесів;
- регулювання соціальної та екологічної спрямованості інновацій, а також підвищення суспільного статусу інноваційної діяльності;
- державна підтримка інноваційної діяльності вимагає використання виділених принципів при формуванні та розвитку технопарків України з урахуванням конкретних регіональних особливостей.

Законом України «Про спеціальний режим інвестиційної й інноваційної діяльності технологічних парків» передбачаються пільги, що діють перші п'ять років з часу реєстрації інвестиційного чи інноваційного проекту, що включають звільнення від оплати митних зборів і ПДВ на ввезене устаткування, від сплати зборів у Державний інноваційний фонд. Фактично технопарки будуть платити податки в повному обсязі, але разом із тим ці платежі будуть не безадресно перераховані до бюджету, а акумулюватися на спеціальних рахунках технопарків. Зазначені засоби можуть використовуватися винятково на наукову та науково-технічну діяльність, розвиток науково-технологічних і дослідницьких баз підприємств. Це дасть змогу технопаркам згодом створити надійне джерело фінансування і рефінансування інноваційних та інвестиційних проектів, спрямованих на реалізацію новітніх проривних технологій.

Відсутність попиту національної економіки на інновації не дозволяє запустити і підтримувати механізм переходу до інноваційного розвитку. Для активного використання інновацій в економіці України і формування попиту на вироблену в технопарках продукцію представляється необхідним створення ємних внутрішніх ринків інноваційної продукції, пріоритетна державна підтримка вітчизняних виробників, підвищення частки інноваційної складової у вітчизняному виробництві та формування інфраструктури економіки знань. Рівень включення стратегічних технологій в систему прийняття практичних рішень з науково-технічного розвитку та технологічної модернізації української економіки залишається вкрай низьким. Ще не знайдено способів їх впровадження в практику інноваційної діяльності. В цьому зв'язку принципово важливим завданням є приведення системи організації і діяльності технопарків в відповідність до пріоритетних напрямів, концентрація їх

інтелектуальних і організаційних ресурсів на стратегічних технологіях, що володіють сильним потенціалом створення переваг у багатьох галузях і видах комерційної діяльності та мають міжнародне значення.

Висновки

Проаналізувавши досвід та проблеми роботи технологічних парків України, можна виділити ряд проблем: недоліки, розбіжності та непослідовність в законодавстві стосовно розвитку інноваційної сфери та технопарків (як одного з елементів інноваційної структури) України, дефіцит бюджетних коштів, коштів недержавного сектору. А в зв'язку з тим, що технопарки на сьогоднішній день є однією з небагатьох діючих інноваційних структур в Україні, і вони входять у так зване поняття «привабливий інвестиційний клімат в країні», то для залучення інвестицій необхідне подальше забезпечення розвитку технопарків. Для цього необхідно прийняття у комплексі заходів по забезпеченню стабільності держави, незмінності діючого законодавства, ліквідація корупції, залучення фінансових структур до фінансування роботи технопарків, створення розгалуженої мережі інноваційних центрів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1) Попович О.С. Науково-технологічна та інноваційна політика: основні механізми формування та реалізації. – К.: Фенікс, 2015. 246 с.
- 2) Блінов А. Технопарки : сутність, проблеми формування / А. Блінов // Маркетинг. – 2017. – № 3. – С. 91-97.
- 3) Семиноженко В.П. Технологічні парки в Україні: перший досвід формування інноваційної економіки // Економіка України. — 2015. — № 1. — С. 16—21.
- 4) Чудаєва І.Б. Фінансово-економічне забезпечення технопаркових структур / І.Б. Чудаєва // Вісник Сумського національного університету. Серія «Фінанси і кредит» 2016. №2. [Електрон. ресурс]. — www.nbuv.gov.ua/portal/Chem_Biol/Vsnau/2016_2/18Chudaeva.pdf
- 5) Закон України Про інноваційну діяльність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>

Осаволук Дмитро Павлович – студент групи Мов-156, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, fm.3mo15.osavolyuk@gmail.com.

Науковий керівник: **Кавецький В'ячеслав Валерійович** – старший викладач кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Dmytro Osavolyuk P. - student, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, fm.3mo15.osavolyuk@gmail.com.

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

ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ВИДУ АНАЛІЗУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

В статті висвітлено питання присвячені обґрунтуванню вибору виду аналізу господарської діяльності сучасного підприємства. Також виділено основні критерії, що можуть бути застосовані під час вибору того чи іншого виду аналізу.

Ключові слова: аналіз, вид, обґрунтування, підприємство, рішення, господарська діяльність.

An analysis of the economic activity of a modern enterprise is a resultant stage in all types of entrepreneurial activity. In addition, such an analysis is also the main basis for making an effective management decision.

Key words: analysis, type, substantiation, enterprise, decision, economic activity.

Аналіз господарської діяльності сучасного підприємства передбачає застосування різноманітних методів, прийомів та способів. Аналітичний апарат, що використовується покликаний сприяти прийняттю найефективнішого управлінського рішення. В зв'язку із цим існує багато різних видів аналізу господарської діяльності, що набувають широко застосування, вивчення та вдосконалення.

Питанням видів аналізу господарської діяльності присвячено багато вітчизняних та закордонних праць різноманітних економістів. Особливої уваги заслуговують праці Г.В. Савицької, І.В. Сіменко, К.Ф. Ковальчука, Н.Б. Кашеної, Н.М. Гаркуші, Т.О. Сідорової, Г.Г. Лисак.

Не зважаючи на розмаїття науково-практичної літератури, що висвітлює питання видів аналізу господарської діяльності, без належної уваги залишається проблема систематизації критеріїв та обґрунтованості підходів до вибору і застосування того чи іншого виду аналізу.

В основі аналізу господарської діяльності лежить вивчення причинно-наслідкових зв'язків різноманітних економічних явищ, а також врахування динаміки усіх досліджуваних явищ.

Таким чином під час проведення аналізу господарської діяльності необхідним є застосування системного підходу, що передбачає розділення підприємства на складові частини – елементи, які тісно взаємопов'язані між собою.

Такий підхід до аналізу діяльності підприємства є найбільш науково обґрунтованим. По-перше це пов'язано із подальшим прийняттям управлінського рішення на основі аналізу господарської діяльності. По-друге сьогодні активного розвитку набули інформаційні технології, що дає змогу швидкого доступу до інформаційних джерел, а також підвищенню автоматизації, комп'ютеризації під час управління підприємством, що суттєво вплине на ефективність прийняття управлінських рішень та ефективність роботи самого підприємства в цілому.

На рисунку 1 подано основні класифікаційні ознаки та види аналізу господарської діяльності, які сьогодні набули найпопулярнішого застосування під час управління сучасним підприємством.



Рисунок 1 – Види аналізу господарської діяльності

В зв'язку із великим розмаїттям видів аналізу господарської діяльності сучасного підприємства, важливим є формування основних критеріїв вибору того чи іншого виду аналізу.

Системний аналіз господарської діяльності сучасного підприємства дає змогу вирішити більшість проблемних питань, які постають перед адміністрацією підприємства на різних етапах управління.

Основним завданням під час аналізу господарської діяльності є вибір оптимальних методів та прийомів досліджень, які дозволять прийняти найефективніше управлінське рішення. У зв'язку із цим авторами запропоновано систему обґрунтування вибору виду аналізу господарської діяльності сучасного підприємства з метою прийняття ефективного управлінського рішення.

Такий підхід дозволяє здійснити вибір необхідного виду аналізу господарської діяльності сучасного підприємства, що забезпечить досягнення поставленої мети дослідження, вирішення необхідних завдань, а також забезпечити найоптимальніші умови використання наявного інформаційного забезпечення та можливих прийомів і методів дослідження.

Список використаних джерел

1. Адлер О.О. Роль та пріоритетність аналізу господарської діяльності в системі управління виробничим підприємством. Проблеми системного підходу в економіці. 2018. №5(67). С. 51-55.
2. Адлер О.О. Аналіз господарської діяльності в системі управління сучасним підприємством. Перспективні напрями розвитку національної економіки в умовах змін ринкового середовища: проблеми та перспективи: збірник тез наукових робіт учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Одеса, 19 січня 2019 р.) / ГО «Центр економічних досліджень та розвитку». 2019. С. 12-14.
3. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємств. 2006. 654 с.
4. Сіменко І.В. Аналіз господарської діяльності. 2013. 384 с.
5. Ковальчук К.Ф. Аналіз господарської діяльності: теорія, методика, розбір конкретних ситуацій. 2012. 328 с.
6. Кащена Н.Б. Організація і методика економічного аналізу. 2012. 221 с.
7. Шестерняк М.М. Сучасний економічний аналіз та його основні види. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2018. №20 (3). С. 158-162.
8. Пестрицька О.С. Економічний аналіз: перспективи розвитку. Проблеми і перспективи економіки управління. 2015. №3(3). С. 67-71.
9. Вечтомова І.І. Шляхи розвитку економічного аналізу в сучасних умовах. Міжнародний науковий журнал. 2016. №7. С. 185-187.
10. Дерев'янка Ю.М. Удосконалення методичних підходів до аналізу економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Механізм регулювання економіки. 2015. № 4. С. 104–108.

Адлер Оксана Олександрівна – канд. техн. наук., доцент кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Adler Oksana Oleksandrivna - candidate of technical sciences, associate professor, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ САМОМЕНЕДЖМЕНТУ ПІД ЧАС НАВЧАННЯ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В тезах розглянуто поняття самоменеджменту, наведено результати соціологічних досліджень застосування методів самоменеджменту у вищих навчальних закладах, наведено методи само менеджменту, які можна використовувати під час навчання.

Ключові слова: самоменеджмент, методи, самоорганізація, самовдосконалення.

Annotation

In the testimonies, I looked at the self-management, brought the results of the sociological research to the method of self-management among the teachers, the methods to the management itself, which can be done at the same time.

Key words: self-management, methods, self-organization, self-maintenance.

Процес навчання у вищому навчальному закладі та становлення молоді особистості є досить складним процесом, який потребує вмілого використання методів і прийомів самоменеджменту. Актуальність досліджуваної теми полягає в тому, що багато студентів, під час навчання та вирішення різноманітних особистих завдань недостатньо виявляють організованість, відповідальність, не вміють раціонально використовувати час, приймати відповідальні рішення тощо. Тобто вони не знають навіщо, як і не вміють застосовувати методи сомоменеджменту. Але вони важливі не тільки під час навчання, а і для розвитку кар'єри, для особистого життя, тобто володіння системою знань і методами самоменеджменту дозволить досягнути життєвих цілей та успіху в житті.

Самоменеджмент як новий напрямок дослідження виник наприкінці ХХ століття в сучасному менеджменті внаслідок психологізації та соціологізації як відповідь на потреби суспільства більш повно використовувати та розвивати творчий потенціал робітників [1, с. 19]. Досліджували питання самоменеджменту такі зарубіжні та вітчизняні науковці Л. Зайверт, М. Вудкок, Д. Френсіс, В. Андрєєв, Н. Лукашевич, В. Крижко, Є. Павлютенков та інші.

Російський соціолог В. Оглоблін розглядає поняття самоменеджменту як цілеспрямоване й послідовне використання практичних методів управління в повсякденній діяльності задля оптимізації використання своїх персональних ресурсів: інтелекту, волі, здібностей тощо [2, с. 55].

Науковець М. Лукашевич подає таке визначення самоменеджменту: «послідовне і цілеспрямоване використання ефективних методів, прийомів та технологій самореалізації і саморозвитку свого творчого потенціалу» [3, с. 360].

Вчені В. Крижко та Є. Павлютенков підкреслюють, що самоменеджмент – це система визначених та саморегульованих заходів, спрямованих на підвищення ефективності професійної діяльності й самовдосконалення особистісних якостей [4, с. 176].

Отже, виходячи з вище наведеного самоменеджмент – це цілеспрямоване і послідовне використання практичних методів менеджменту, для того щоб оптимально і раціонально використовувати свій час, мати вищу продуктивність та відчувати себе задоволеним і успішним. Самоменеджмент припускає саморозвиток особистості, засноване на самопізнанні, самовизначенні, самоврядуванні, самовдосконаленні, подоланні стереотипів свідомості, самоконтролі і, як підсумок, самореалізації в обраній сфері діяльності. Така робота над собою дозволяє розкрити весь свій творчий потенціал і максимально використати свої можливості і здібності.

Для того щоб визначити як ефективно вміють використовувати методи самоменеджменту під час навчання студенти у вищому навчальному закладі було проведено соціологічне дослідження в двох вищих навчальних закладах м. Вінниця (Вінницький національний технічний університет та Вінницький національний медичний університет ім. Пірогова). В ході даного дослідження було

опитано 54 особи: 27 студентів ВНТУ та 27 студентів ВНМУ, серед яких 41 жінка, та 13 чоловіків (рис. 1).

Діаграма показує, що 77,78% студентів відповіли, що вони користуються методами самоменеджменту час від часу, 11,11% вважають, що це їм не потрібно, і 11,11% не визначились. Отримана інформація свідчить про те, що питання є актуальним та більшість молоді цікавиться ним і намагаються використовувати в житті.

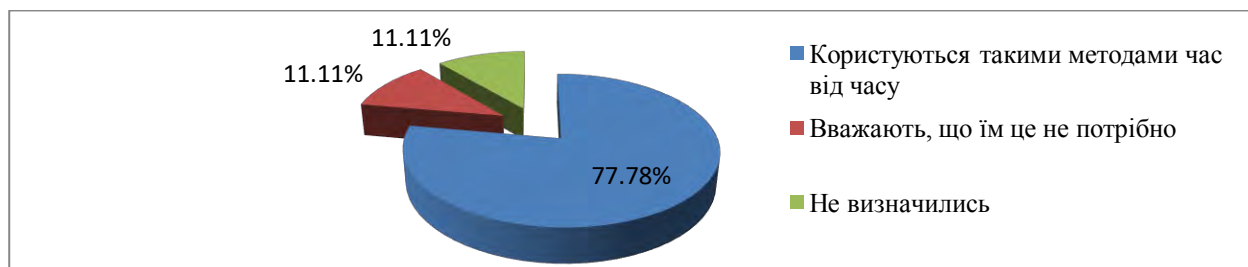


Рис. 1. Користування методами самоменеджменту під час навчання

Під час навчання студентам дуже важливо вміти використовувати такі прийоми та методи як: володіння навиками швидкого читання, встановлення пріоритетів при вивченні матеріалів, виділення часу для зустрічей та спілкування, крім основного навчання займатися саморозвитком та сомовдосконаленням.

Серед опитуваних респондентів більшість вміє встановлювати пріоритети під час засвоєння матеріалу та виконанні домашніх завдань (47%), оскільки зараз під час інформаційного буму велика кількість матеріалу виділяється на самостійне вивчення, респонденти вважають, що його необхідно як можна швидше опрацьовувати і приділяти більше часу речам які приносять задоволення. Одним з напрямку самоменеджменту є фізичний розвиток особистості. В результаті дослідження було виявлено, що більшість молоді багато часу приділяє своєму фізичному розвитку (рис. 2).



Рис. 2. Фізичний розвиток молоді

Згідно з результатами можемо побачити на діаграмі, що переважна більшість студентів, а це 67,83% відповіли, що витрачають близько 3-х годин в тиждень на фізичні заняття, 13,65% відвідують спортзал більше, ніж 3 години на тиждень і кожен п'ятий (18,52%) не витрачає на це час зовсім. Отже, більшість студентів все ж дбає про своє здоров'я і виділяє на це час. А це означає, що більшість вміє ефективно планувати свій час, тобто володіють методами самоменеджменту.

Існує велика кількість методів самоменеджменту, які можна використовувати під час навчання. Одним з них є принцип Паретто «80/20», тобто 20% зусиль приносять 80% результату і навпаки 80% затрат на навчання приносять 20% результату. Для застосування даного принципу необхідно навчитися встановлювати пріоритети при навчанні і до «життєво важливих» проблем необхідно приступати в першу чергу. Дуже важливо під час навчання зрозуміти, що неможливо зробити усе і відразу, тому необхідно навчитися делегувати справи іншим, що дасть можливість звільнити час для більш важливих справ. Ще одним дієвим методом під час навчання є принцип Д. Ейзенхауера, який допомагає встановити пріоритети при засвоєнні матеріалу, та визначитись, які справи є термінові і потребують негайного виконання, а які можуть почекати.

Ще одним методом самоменеджменту є аутогенне тренування. Оскільки люди часто зіштовхуються з невпевненістю у власних силах та можливостях і не лише у підлітковому віці, то

буде доцільним запропонувати цей метод усім. Основними елементами методики є тренування м'язової релаксації, самонавіювання і самовиховання. Виділяють дві ступені аутогенного тренування [6]: нижча ступінь — навчання релаксації за допомогою вправ, спрямованих на викликання відчуття ваги, тепла, на оволодіння ритмом серцевої діяльності і подихи; вища ступінь — аутогенна медитація, тобто створення трансових станів різного рівня. Після проходження студентом курсу певних вправ відбувається генералізація відчуттів. Тобто, людина відчуває поширення збудження по центральній нервовій системі. У процесі виконання вправ аутогенного тренування мінімізуються енерговитрати на підтримку м'язового тону, виключаються з роботи ділянки мозку, що відповідають за усвідомлене відображення навколишнього світу, інтенсивно протікають травні процеси, що в сукупності веде до найбільш швидкого відпочинку і складає основу ефекту «відновлення» [6].

Ще одна ефективна методика — це саморегуляція стресу. Коли людина перебуває у стані емоційного переживання, то їй важко зосередитися на важливій роботі та працювати на результат, тому в цей момент вона втрачає велику кількість часу, яку можна було б витратити на заплановані справи. Щоб подолати цю проблему потрібно визначити фактор навколишнього середовища або особистий, дія якого виводить із рівноваги фізіологічні та психічні функції людини, що позначається на нервовій системі організму та спричиняють виникнення стресу. В образі стресу може постати будь-що: відсутність взаєморозуміння з одногрупниками (викладачами), конфлікти з ними; низька мотивація і постійний контроль за вашою діяльністю; відчуття невідповідності між затраченими зусиллями і реальними результатами; втрата сенсу діяльності; переживання від несправджених надій — все це можна подолати шляхом використання методу самоменеджменту, а саме саморегуляції стресу. Для цього, в першу чергу, потрібно визначити стресор і відштовхуючись від цього управляти своїм психоемоційним станом, шляхом впливу на самого себе за допомогою слів, уявних образів, управління м'язовим тонусом і диханням. Потім слід скористатися методом релаксації, щоб частково або повністю позбавитися від фізичної або психічної напруги.

Користуючись даними методами самоменеджменту в процесі навчання в університеті можна отримати максимально ефективний результат в ході вивчення дисциплін та виконання завдань, знання від яких знадобляться у майбутньому для пошуку роботи та успішного просування по кар'єрних сходах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Джонсон Д. В. Соціальна психологія: тренінг міжособистісного спілкування / Девід В. Джонсон [пер. с англ.]. — К.: Вид. Дім "КМ Академія". 2003. — 19 С.
2. Джонсон Д. В. Тренінг саморозкриття / Д. В. Джонсон // Практична психологія та соціальна робота. — 2003. — № 7. — С. 52–64.
3. Лукашевич Н. П. Теорія і практика самоменеджменту / Н. П. Лукашевич — К.: МАУП, 1999. — 360с.
4. Павлютенков, Є.М. Основи управління школою [Текст] / Є.М. Павлютенков, В.В. Крижко. - Х. : Видавнича група "Основа", 2006. - 176 с.
5. Самоменеджмент. Принципи, сутність, функції, методи самоменеджменту. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://xn--80aimveh.pp.ua/nauka/4376-samomenedzhment-ce-principi-sutnst-funkcyi-metodi-samomenedzhmentu-samomenedzhment-organizaciyi.html>
6. Аутогенне тренування — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/4623766/page:59/>

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

Тямушева Вікторія Максимівна, ст. гр. МОЗ-15Б Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, tiamusheva.v.lmo@gmail.com

Ratushnyak Olga Georgievna, Ph. D., associate Professor of the Department of enterprise Economics and production management of Vinnytsia national technical University, Vinnitsa, ogratushnyak@gmail.com

Tiamusheva Victoria Maksimova, V. gr. MOZ-15B Vinnitsa national technical University, m. Vinnitsa, tiamusheva.v.lmo@gmail.com.

РОЛЬ ІТ-ІНДУСТРІЇ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглянуто роль та особливості ІТ-індустрії України й наведено основні перепони розвитку ІТ-індустрії України.

Ключові слова: роль ІТ-індустрії, розвиток ІТ-індустрії, економіка України.

Abstract

The article considers the role and peculiarities of the IT industry in Ukraine and outlines the main obstacles to the development of the IT industry in Ukraine.

Key words: the role of the IT industry, the development of the IT industry, the economy of Ukraine.

Вступ

Сьогодні, без перебільшення, сфера інформаційних технологій є одним із головних аспектів економіки нашої країни. ІТ-індустрія (в першу чергу ІТ-аутсорсинг) є однією з основних галузей, що несе позитивні зміни для економіки України у найближчій перспективі. Разом з тим, існують і проблемні аспекти функціонування вітчизняної ІТ-індустрії вирішення яких позитивно вплине не тільки на її розвиток, а й на розвиток економіки в цілому.

Результати дослідження

ІТ-індустрія, на відміну від інших галузей економіки, не потребує значних фінансових, трудових та матеріальних ресурсів. Проте, ІТ-індустрія вирізняється таким потужним потенціалом, як висококваліфікований трудовий ресурс, який здатен розробляти та проваджувати на ринок унікальне програмне забезпечення.

Розвиток ІТ-індустрії, як сфери економіки з високою доданою вартістю, може сприяти збільшенню ВВП країни [1].

Українська ІТ-галузь успішно конкурує на світовому ринку і є надійним джерелом валютних надходжень, що сприяє підтримці курсу гривні. Зростає і значущість ІТ-послуг в структурі експорту. Абсолютна більшість доходів має іноземне походження. Понад половина надходить зі Сполучених Штатів, на другому місці – Велика Британія. Українські підприємства також тривалий час співпрацюють із представниками Німеччини, Канади, Ізраїлю, Швеції, Швейцарії.

За даними асоціації IT Ukraine, в 2017 році обсяг експорту ІТ-послуг з України зріс на 20%, до 3,6 млрд доларів, а кількість ІТ-спеціалістів склала понад 120 тис. осіб із середнім рівнем оплати праці у \$1.8-2 тис. на місяць. У перспективі найближчих 3-5 років очікується, що кількість фахівців в ІТ-індустрії зросте до 200-300 тисяч, з'являться нові компанії на ринку. Це все автоматично вплине і на обсяги ВВП[2].

Одним з найбільш ефективних методів підтримки та поліпшення якості вищої освіти в Україні є активна співпраця ІТ-бізнесу з вищими навчальними закладами, які готують кадри для індустрії. Лухoft, яка разом з EPAM Ukraine входить до топ-5 найбільших ІТ-компаній країни, розпочала системну роботу з ВНЗ п'ять років тому, а з 2014-го на постійній основі

проводить Corporate Junior Program, мета якої – допомога у працевлаштуванні молодих спеціалістів [3].

Разом з тим, існують певні проблеми: переважна кількість ІТ-компаній працюють з іноземними замовниками, а внутрішній ринок залишається майже нерозвиненим. Відсутня державна фінансова та інформаційна підтримка вітчизняних стартапів та технопарків, що також гальмує розвиток ІТ-індустрії.

Висновки

Отже, для розвитку економіки України потрібно приділити увагу розвитку ІТ-індустрії, а саме збільшенню кількості спеціалістів та розвитку якості освіти, розвитку співпраці ВНЗ ІТ-компаній та держави. Сьогодні українські програмісти мають високий рівень професійної підготовки, але, як зазначають багато аналітиків, з кожним роком цей рівень, а з ним і загальна конкурентоздатність роботи на світових ринках падають.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Тернова І. А. Роль ІТ-сектору України у розвитку зовнішньоекономічної діяльності / І. А. Тернова // Соціальна економіка. - 2016. - № 1. - С. 69-76. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/se_2016_1_10
2. ІТ-галузь в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.112.ua/statji/khoroshi-zarplaty-i-stabilne-zrostannia-shcho-z-sebe-predstavliaie-ukrainska-it-haluz-482651.html>
3. Аналітичний звіт - Нозвиток української іт-індустрії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ko.com.ua/files/u125/Ukrainian_IT_Industry_Report_UKR.pdf

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

Гошій Ярослав Іванович – студент групи 2ПІ-15б, факультет інформаційних технологій та комп'ютерної інженерії, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, email: yaroslav2497@gmail.com

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

Yaroslav I. Hoshii – student group 2SE-15b, Faculty of Information Technologies and Computer Engineering, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: yaroslav2497@gmail.com

СУЧАСНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІТ-ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено сучасні аспекти ІТ-галузі в Україні. Виокремлено проблеми в ІТ-галузі України. Проаналізовано чинники, які впливають на розвиток ІТ-ринку. Запропоновано перспективні шляхи розвитку ІТ-галузі в Україні.

Ключові слова: ІТ-галузь, аутсорсинг, розвиток, міжнародний ринок, система освіти.

Abstract

The modern aspects of the IT industry in Ukraine are investigated. The problems in the IT industry of Ukraine are highlighted. The factors influencing the development of the IT market are analyzed. Proposed ways of IT development in Ukraine are offered.

Key words: IT industry, outsourcing, development, international market, education system.

Вступ

ІТ-галузь в Україні займає третє місце за розміром частки ВВП, поступаючись лише металургії та аграрній промисловості. Продукція ІТ формує понад 3% ВВП України. За статистичними даними дохід галузі у 2017 році склав 3,6 млрд доларів.

Україна за рівнем розвитку інформаційних технологій у світі посідає 43 місце з 126. За версією DOU, в Україні працює майже 160 тисяч ІТ-спеціалістів станом на 2018 рік. За даними дослідження Exploring Ukraine IT Outsourcing Industry Україна за кількістю сертифікованих спеціалістів поступається лише США, Росії та Індії [1].

Україна займає лідируючі позиції на ринку ІТ-аутсорсингу розробки програмного забезпечення в Європі. Аутсорсинг – це виконання частини роботи (написання програмного коду, розробка архітектури програмного продукту, створення інтерфейсу користувача і т. д.) на замовлення.

Закордонним компаніям вигідно працювати з українськими спеціалістами, якість роботи яких відповідає міжнародним стандартам, а вартість послуг значно менша в порівнянні з більш розвиненими країнами.

Натомість, українські фахівці працюють на закордонного інвестора, і прибуток від готового продукту не надходить в бюджет України. Проте, це дозволяє українським спеціалістам здобувати досвід роботи з іноземними проектами та підіймати авторитет України в ІТ-галузі на міжнародному рівні.

Можна виділити наступні проблеми, що стають на заваді розвитку вітчизняної ІТ-галузі: зростання кількості працюючих на експорт спеціалістів, занепад внутрішнього ринку, падіння курсу гривні, велика різниця в заробітних платах ІТ-фахівців, які працюють на український і зарубіжний ринки.

Окрім того, значний вплив на економіку України в цілому, й відповідно, ІТ-галузі становить військовий конфлікт на сході та мобілізація, що може призвести до збільшення випадків еміграції серед молодих спеціалістів.

Ще однією з проблем ІТ-галузі України є зростаючий дефіцит професіоналів з високим рівнем кваліфікації та надлишок фахівців із низьким. Найбільш актуальним зараз є питання нестачі людських ресурсів достатньої кваліфікації.

Зокрема, на це впливає той факт, що якість освіти у цій сфері в Україні знаходяться на доволі низькому рівні. Основні чинники:

- низька кваліфікація викладачів профільних предметів;
- не достатній рівень фінансування вищих навчальних закладів;
- невідповідність освітньої програми вимогам роботодавців;

- надання застарілих знань (знання в ІТ-сфері змінюються занадто швидко і їх не встигають вносити в навчальний план).

Для вирішення цього питання необхідно повністю переглядати систему освіти в технічних ВНЗ.

Молодь надає перевагу ІТ-галузі через високий рівень зарплат та престижність професії.

За прогнозами, до 2020 року надходження до бюджету становитимуть 27,2 мільярда гривень, а кількість працівників в сфері досягне 200 тисяч осіб [2].

Розвитку галузі може сприяти продумана система оподаткування. В Україні діє спрощена система оподаткування приватних підприємств для ІТ-спеціалістів [3]. Більша частина ІТ-спеціалістів співпрацює з компаніями за контрактом як ФОП(тобто, відповідальність за сплату єдиного податку лежить на них, а не на компанії). Це дозволяє значно знизити витрати компанії на оподаткування. Для порівняння, податкове навантаження на штатного працівника становить більше 18%, в той час як для фізичної особи підприємця, яка заключила контракт, 5% єдиного податку 918,06 гривень єдиного соціального внеску. Лише за перші півроку 2018 ІТ-галузь заплатила більше ніж 5 мільярдів гривень податків, що на 30% більше, ніж минулого року [4].

Також для розвитку ІТ-галузі необхідно докласти зусилля для захисту інтелектуальної власності. Державі необхідно підтримувати компанії, які займаються не тільки аутсорсингом, а й унікальними розробками. На даний момент, за даними DOU (незалежне соціопитування), кількість спеціалістів зайнятих у аутсорсингові проєктах складає найбільшу частину ринку (44%), у продуктових – 28%, у стартапах – 5%. Налагоджений механізм співпраці бізнесу та технологічних розробок в Україні стане підґрунтям для подальшого розвитку ІТ-сфери.

Висновки

ІТ є однією з найбільш перспективних, інноваційних галузей економіки України, яка динамічно розвивається.

Для реалізації потенціалу країни в ІТ-галузі, а також підтримки конкурентоспроможності на світовому ринку необхідна стабілізація політичної та економічної ситуації в Україні, зміна системи контролю якості продукту, налагоджена співпраця та підтримка власників ІТ-бізнесу.

А також: реформування системи освіти, дотримання прав інтелектуальної власності, розвиток внутрішнього ринку, захист від незаконного втручання контролюючих органів, просування ІТ-індустрії за межами країни, співпраця на міжнародному рівні.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Український ІТ-ринок: підсумки 2016 і перспективи 2017 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://dou.ua/lenta/articles/2016-summary/>.
2. Президент України підписав закон, який спрощує експорт ІТ-послуг [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://igate.com.ua/lenta/17508-prezident-podpisal-zakon-uproshhayushhij-ehksport-it-uslug>.
3. Перспективи ІТ-галузі в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://hyser.com.ua/economics/perspektivy-it-otrasli-v-ukraine-121253>.
4. Інфляційний звіт НБУ за 2018 рік [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=80865521>

Дісяк Оксана Андріївна — студентка групи 2ПІ-15б, факультет інформаційних технологій та комп'ютерної інженерії, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: oksanad27.04@gmail.com

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

Disiak Oksana. A. — student of group 2PE-15b, faculty of information technology and computer science, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: oksanad27.04@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, e-mail: lglushenko@gmail.com

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто проблемні аспекти інноваційної політики в розрізі розвитку вітчизняних інноваційних підприємств. Запропоновано шляхи удосконалення інноваційної політики країни.

Ключові слова: інноваційна політика, інноваційна діяльність, інноваційне підприємство, інноваційний розвиток.

Abstract

The problem aspects of innovation policy in the context of development of domestic innovative enterprises are considered. The ways of improvement of innovation policy of the country are offered.

Keywords: innovation policy, innovation activity, innovation enterprise, innovation development.

Вступ

Інноваційна спроможність та технологічна готовність є невід'ємними складовими конкурентоспроможності економіки країни, яка визначається як набір інституцій, політик і факторів, що визначають рівень продуктивності економіки [1]. Важливою особливістю сучасного економічного зростання є інноваційна діяльність підприємств, які набувають конкурентних переваг за допомогою розробки і впровадження інновацій.

Результати дослідження

Сучасний економічний розвиток характеризується провідною роллю науково-технічного прогресу та інтелектуалізації основних факторів виробництва. На частку нових знань, втілених в технологіях, обладнанні, освіті, організації виробництва в розвинених країнах, припадає від 80 до 95% зростання ВВП. Впровадження інновацій є ключовим фактором успіху в ринковій конкуренції, основним інструментом підвищення ефективності виробництва і якості товарів і послуг. Також інновації є передумовою успіху в конкурентній боротьбі, яка дозволяє підприємствам отримувати додатковий прибуток за рахунок використання інтелектуальної власності [2].

В умовах глобальної економічної конкуренції виграють ті країни, які забезпечують сприятливі умови для наукових досліджень і науково-технічного прогресу. Глобалізація, кризові явища, конкуренція на світовому ринку призводять до необхідності пошуку нових способів підвищення ефективності виробництва. Світовий досвід показує, що розвиток процесів співробітництва сприяє зростанню їх конкурентоспроможності.

Економіка більшості промислово розвинених країн спрямована на розвиток підприємств, які займаються розробкою і впровадженням інновацій. В цілому, такі підприємства є суб'єктами підприємництва, які характеризуються незалежністю, ризикованістю своєї діяльності. Інноваційним вважається підприємство, яке за певний період визначений законодавством, розробляє та впроваджує будь-які нові або значно поліпшені продукти (товари або послуги) або процеси, нові методи маркетингу або нові організаційні методи в діловій практиці, організації робочих місць або зовнішніх зв'язках.

Хоча кожне інноваційне підприємство використовує свою власну стратегію, основні принципи діяльності є схожими: тільки завдяки постійному оновленню та вдосконаленню продуктів і процесів, можна досягти високого рівня продуктивності і систематично підвищувати її.

Впровадження на ринок інноваційних продуктів дозволяє вийти підприємству на новий рівень і забезпечити технологічну перевагу над існуючими конкурентами.

Проте, в Україні існують тенденції до збільшення імпорту і зниження конкурентоспроможності вітчизняної економіки. Крім того, енергетичні та матеріальні можливості вітчизняних галузей значно нижчі, ніж в промислово розвинених країнах. Є також багато труднощів у відносинах між наукою і виробництвом. Основні чинники, які гальмують розвиток інноваційної діяльності: брак коштів і

інвестицій; необхідність придбання та створення науково-технічної бази; нестача фахівців в сфері промислового менеджменту; неправильний вибір і організація розвитку інноваційних проектів.

Інноваційна політика держави має великий вплив на реалізацію інноваційної діяльності підприємства.

Державна інноваційна політика не зосереджена на розвитку підприємництва, що не відповідає загальним світовим та європейським тенденціям. Вона не створює умов для діяльності підприємств. Підприємці не мають мотивації для перетворення результатів досліджень та розробок у нові товари і послуги, та для проведення власних НДДКР. До того ж розвитку інновацій заважає низький рівень інноваційної співпраці.

Відтак, необхідно інтегрувати інноваційну політику з політикою розвитку вітчизняних підприємств, оскільки освоєння інновацій значною мірою залежить від податкової та кредитної політики держави, а активне їх впровадження на ринок – від рівня розвитку системи державного замовлення. Така політика повинна бути орієнтована на зниження податкового тягаря підприємств з метою підвищення швидкості оновлення їх основних фондів, зростання витрат на НДДКР, впровадження інновацій, а також комерціалізації знань.

Висновок

Рівень інновацій є показником стратегічного рівня економічної стабільності країни. Від розвитку інновацій залежить, чи стане країна в майбутньому додатком сучасної економіки або стане економічно розвинутою і конкурентоспроможною державою. Постійна трансформація органів державного управління в науково-технічній та інноваційній діяльності, відсутність продуманої і довгострокової політики не сприяють впровадженню інновацій на підприємствах. Крім того, масштаби державної підтримки інноваційних підприємств не достатні. Тому на державному рівні необхідно удосконалювати заходи спрямовані на сприяння розвитку інноваційної діяльності підприємств.

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. Яковлев А.І. Інноваційна діяльність як фактор економічного розвитку малих підприємств : [Електронний ресурс] / А.І. Яковлев // Економіка: реалії часу. – 2014. – № 2 (12). – С. 115-119. – Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n2.html>. – Доступно на 03.02.2019р.

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

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

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто деякі питання підвищення ефективності управління підприємницькою діяльністю на підприємстві

Ключові слова: підприємницька діяльність, підприємець, підприємство, виробництво, ефективність

Abstract

Some questions of increase of efficiency of management entrepreneurial activity are considered on an enterprise

Keywords: entrepreneurial activity, entrepreneur, enterprise, production, efficiency

Вступ

Підприємницька діяльність - діяльність, спрямована на систематичне отримання прибутку від користування майном, продажу товарів, виконання робіт або надання послуг, яка здійснюється самостійно на свій ризик особою, зареєстрованою в установленому законом порядку як індивідуального підприємця. Підприємець - це людина, яка реалізує свою працю шляхом самостійної, на власний ризик діяльності з метою отримання прибутку.

Проблема ефективності підприємства завжди посідала важливе місце серед актуальних проблем економічної науки. Зацікавленість виникає на різних рівнях управління економікою - від власників приватного підприємства, до керівників держави.

Шляхи підвищення ефективності підприємства - комплекс конкретних напрямлених на підвищення ефективності своєї діяльності. В економічному змісті під ефективністю розуміється максимально оптимальне використання всіх ресурсів підприємства. Правильно обрана стратегія виробництва і належні обсяги випуску продукції забезпечують бажаний обсяг реалізації і відповідні прибутки. Тому виробнича діяльність підприємства, нарешті, жорстко визначається загальною економічною ситуацією, галузевими пропорціями і платоспроможним попитом населення. Шляхи підвищення ефективності підприємства: зниження трудомісткості і підвищення продуктивності праці, зниження матеріаломісткості продукції та раціональне використання природних ресурсів, зниження фондомісткості продукції та активізація інвестиційної діяльності підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питання ефективності діяльності підприємства є дискусійним. Значний вклад у розробку та вивчення проблеми ефективності внесли такі вітчизняні та іноземні автори, як Н.К. Сирополіс, В. Я. Амбросов, А. А. Бугуцький, Е. Е. Вершигора, В. С. Дієсперов, Н. Л. Зайцев, Н. М. Купріна, И. И. Мазур, І. А. Маркіна, Г. В. Осовська, О. М. Онищенко, Б. Й. Пасхавер, П. Т. Саблук, Е. А. Смірнов, О. Л. Устенко, Л. М. Христенко, А. В. Шегада та інші. Слід відзначити наявність значної кількості наукових праць з цієї проблеми, проте аналіз публікацій даних авторів показав, що дане питання є актуальним й в сучасних умовах.

Результати дослідження

В економіці України та її окремих галузях спостерігається тенденція збільшення мережі добровільних та інституціональних об'єднань підприємств та організацій (асоціацій, корпорацій), приватних підприємств. Саме в таких організаційних утвореннях підприємницька діяльність стає провідною і переважаючою формою господарювання, і крім того спостерігається підвищення ефективності функціонування таких підприємств.

Система управління може істотно впливати на ефективність підприємницької діяльності лише тоді, коли її належним чином адаптовано до ринкових умов господарювання. Як свідчить

світовий досвід, 70% неефективності підприємницької діяльності фірм зумовлені браком досвіду управління та недостатньою інформацією. У зв'язку з цим діючі системи управління підприємствами і корпораціями мають бути реструктуризовані у напрямі максимально можливого наближення до сучасних вимог ринкової економіки. Вдосконалення структури управління організаційно-господарськими утвореннями, здебільшого корпораціями, має передбачати створення в них передовсім управлінь (відділів) аналізу і аудиту, маркетингових досліджень та зовнішньоекономічних зв'язків.

Праця управлінців (менеджерів), як і всіх, хто зайнятий на підприємстві (фірмі), сприяє створенню готової продукції (послуг). Втім специфічна особливість управлінської праці полягає в тому, що вона втілюється у продукцію (товари, послуги) не безпосередньо, а через управлінські функції (планування, організацію, мотивацію, контроль). Тому управлінська праця реалізується у сукупному продукті всіх працюючих на підприємстві і у загальних кінцевих результатах її діяльності. Чим вища кваліфікація менеджерів та інших працівників фірми, чим раціональніше організована їх праця, тим більше випускається продукції, тим вища її сукупна вартість, порівняно менші витрати і більший прибуток, тобто вища ефективність підприємницької діяльності фірми. Тому витрати на управління мають співвідноситися із обсягом виробництва і забезпечувати скорочення сукупних витрат останнього при одночасному підвищенні продуктивності управлінської праці.

Щоб знизити витрати на управління, необхідного постійно вдосконалювати. До найважливіших напрямків підвищення ефективності системи та процесів управління належать такі: як відзначає Н.К. Сирополис у роботі :

1. Вдосконалення організаційної структури апарату управління;
2. Раціоналізація інформаційної системи та документообороту;
3. Розробка оптимального механізму та наукових методів управління;
4. Удосконалення планування і організації процесу вироблення і реалізації управлінських рішень;
5. Механізація та автоматизація процесів управління;
6. Раціоналізація управлінської праці;
7. Підбір, підготовка, розстановка та підвищення кваліфікації управлінських кадрів.

За кожним з цих напрямів розробляють конкретні заходи щодо їх реалізації, які після економічної оцінки впроваджуються у підприємницьку діяльність.

Сучасні підприємці (керівники і менеджери) можуть ефективно господарювати лише за умови широкомасштабної комп'ютеризації численних виробничотехнологічних процесів, різноманітних господарсько-економічних операцій та обґрунтування управлінських рішень, а також оснащення робочих місць (офісів) сучасними комунікаційними системами. Звідси слідує, що на підвищення ефективності підприємницької діяльності впливає насиченість комерційно інформаційного поля.

Висновки

Отже, система управління ефективністю діяльності має бути органічно інтегрована із загальною системою управління підприємством, оскільки прийняття управлінських рішень у будь-якій сфері діяльності підприємства прямо або опосередковано впливає на рівень прибутку, який, у свою чергу, є основним джерелом фінансування розвитку підприємства та зростання доходів його власників і працівників. З огляду на ці положення, можна сформулювати наступне визначення управління ефективністю діяльності підприємства: це процес на основі функцій менеджменту з урахуванням інструментів і методів прийняття управлінських рішень з формування і розподілу прибутку та раціонального використання всіх наявних на підприємстві ресурсів з метою максимізації фінансових результатів та оптимізації фінансових ресурсів.

https://vuzlit.ru/776755/shlyahi_pidvischennya_efektivnosti_malogo_pidpriyemnitstva

Лесько Олександр Йосипович – кандидат економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця.

Петлінська Каріна Вікторівна – студентка групи МОв-15б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, karyna1998118@gmail.com.

Lesko Oleksandr Y. – Dr. Sc. (Eng.), Professor, Head of the Department of Enterprise Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Petlinskaya Karina V. - student of the group MOv-15b, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, karyna1998118@gmail.com.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто теоретичні та практичні питання організації на підприємствах фінансової діяльності та розроблено рекомендації з підвищення ефективності управління цією діяльністю.

Ключові слова: фінансова діяльність, фінансовий контроль, фінансове планування.

Abstract

The theoretical and practical questions of organization are considered on the enterprises of financial activity and recommendations are worked out from the increase of efficiency of management this activity.

Key words: financial activity, financial control, financial planning.

Вступ

Особливе місце фінансова діяльність займає в організаційній та управлінській роботі підприємств. Від неї залежить своєчасність та повнота фінансового забезпечення розвитку підприємства та виробничо-господарської діяльності, виконання фінансових зобов'язань перед державою та іншими суб'єктами господарювання. Не дивлячись на те, що даною проблемою займаються вчені з різних країн, кожного разу з'являються нові питання, які потребують швидкого і кваліфікованого розв'язання [1]. Тому актуальність даної теми не викликає жодних сумнівів.

Мета даної роботи полягає в розкритті сутності та методів забезпечення підвищення ефективності фінансової діяльності підприємства.

Результати дослідження

Під час проведення досліджень було встановлено, що фінансова діяльність спрямована на встановлення підприємства фінансовими ресурсами, досягнення ним визначених цілей економічного та соціального розвитку. Вона зумовлює зміни як обсягу, так і складу власного та залученого капіталів підприємства. Фінансова діяльність підприємства спрямована на вирішення таких основних завдань, як:

- забезпечення фінансовими ресурсами поточної операційної, фінансової та інвестиційної діяльності підприємства;
- забезпечення виконання фінансових зобов'язань перед бюджетом та цільовими фондами, а також діловими партнерами;
- фінансове забезпечення виробничого і соціального розвитку підприємства;
- контроль за ефективним розподілом і цільовим використанням фінансових ресурсів;
- пошук резервів збільшення доходів, прибутків і рентабельності підприємств [2].

В сучасних умовах управління роботи підприємствами зростає необхідність використання різних форм контрольно-ревізійної роботи. За допомогою фінансового контролю забезпечується внесення коректив у прогнозування та планування діяльності підприємств, отримання достовірної інформації про їх реальний фінансовий стан, виявлення порушень чинного законодавства, а також відхилень від установлених нормативів та правил. Ефективний фінансовий контроль сприяє підвищенню якості виконання планів соціального та економічного розвитку, раціональному використанню фінансових та трудових ресурсів, дотримання норм чинного законодавства та зниженню витрат на підприємства.

Важливою проблемою фінансового планування також є реальність фінансового плану та забезпечення обґрунтованості. Це як правило залежить від достовірності від таких даних як: збут, потреб у фінансуванні, дебіторської заборгованості та строків її погашення, налагодженої роботи підрозділів, задіяних у складанні фінансового плану та оперативності його розробки [3].

Комплексний аналіз та оцінка ефективності фінансової діяльності підприємств проводиться, як правило, в сім основних етапів.

Етапи оцінки ефективності фінансової діяльності підприємств

1 етап - Приймається рішення про доцільність аналізу та оцінки фінансової звітності і перевіряється її готовність до аналізу. Визначання доцільності аналізу проводиться шляхом ознайомлення з аудиторськими висновками.

2 етап - Відбувається ознайомлення із пояснювальною запискою до балансу. Це необхідно для того, щоб оцінити умови функціонування підприємства в даному звітному періоді та врахувати при аналізі чинники, вплив яких спричинив зміни в майновому і фінансовому становищі підприємства і які знайшли своє відображення в пояснювальній записці.

3 етап - Збирається для аналізу та оцінки фінансової діяльності підприємств необхідна інформація та перевіряється її точність.

4 етап - Здійснюється порівняння фактичних результатів господарювання з прогнозованими показниками звітного року, фактичними даними попередніх років.

5 етап - Виконується факторний аналіз.

6 етап - Виявляються невикористані резерви підвищення ефективності виробництва.

7 етап - Проводиться оцінка результатів господарської діяльності та фінансового становища суб'єкта господарювання[4].

Практичну частину роботи було виконано на ПАТ «Лілея» займається пошиттям якісного, верхнього одягу, а також пошиттям одягу на замовлення. Для проведення фінансового аналізу ПАТ «Лілея», було використано інформацію, що наведена у формі № 1 «Баланс» та формі № 2 «Звіт про фінансові результати». Після проведення комплексного аналізу фінансового стану за допомогою коефіцієнтів ліквідності, рентабельності та фінансової стійкості, було виявлено, що ділова активність ПАТ «Лілея» знаходиться на низькому рівні, так як підприємство є недостатньо платоспроможним, через кредиторську заборгованість, яка постійно зростає. Крім того, підприємство не має можливості покрити всі зобов'язання негайно, адже високоліквідні активи майже відсутні. Слід зазначити, що підприємство має дуже мало обігових коштів і практично всі активи капіталізовані у вигляді необоротних активів, що негативно впливає на платоспроможність та ліквідність підприємства.

Після проведення факторного аналізу чистого прибутку було визначено, що до збільшення чистого прибутку призвели такі фактори, як власний капітал підприємства, зміна величини чистої рентабельності, а до зменшення – зміна оборотності активів та зміна величини мультиплікатора власного капіталу. В результаті аналізу системи менеджменту, виявлено, що лінійно-функціональна організаційна структура ПАТ «Лілея» в цілому відповідає виду діяльності заводу та його масштабам.

Висновок

Зроблено було висновок, що без суттєвого покращення управління фінансовою діяльністю підприємству буде складно зберегти свої позиції на конкурентному ринку по шиттю якісного одягу. Було складено план рекомендацій з підвищення ефективності управління фінансовою діяльністю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бородин О. И. Финансы предприятий: Учебный пособие. — М.: ЮНИТИ, 2005г.
2. Ткаченко І. П. Конспект лекцій з дисципліни «Фінансова діяльність суб'єктів підприємництва» (частина 1) / І. П. Ткаченко. — Дніпродзержинськ: ДДТУ. — 2013. — 129 с.
3. Непран І. В. Підвищення ефективності фінансового контролю на підприємствах в Україні / І. В. Непран // Управління розвитком. — 2014. — №2 165с.
4. Шаповал В. М. Економіка підприємства: Уведення в спеціальність: Навчальний посібник. / В. М. Шаповал, Р. Н. Аврамчук, О. В. Ткаченко — К.: Центр навчальної літератури. — 2010. — 288с.

Козловський Володимир Олександрович – к.е.н., доцент, професор кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: V@Vin.UA або Kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua

Баранова Раїса Віталіївна – студент групи Мов-15б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, raisa11041998@gmail.com.

Kozlovskiy Volodymyr Oleksandrovych – Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Enterprise Economics and Production Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnytsya, e-mail: V@Vin.UA or Kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua

Baranova Raisa Vitaliivna - student of the MOв-15b group, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, raisa11041998@gmail.com.

ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В ДЕРЖАВНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Проаналізовано деякі канали комунікацій із громадськістю, направлених на успішну роботу органів державного управління

Ключові слова: зв'язки із громадськістю, органи державної влади, громадські органи, громадська думка.

Abstract

Some channels of communications are analysed with public, organs of state administration sent to successful work

Keywords: public relations, public authorities, public authorities, public opinion.

Комунікація між представниками влади та громадянами – це важливий атрибут розвиненої демократичної держави. Налагоджений взаємозв'язок у цій сфері суспільного життя дозволяє зняти соціальну напруженість, вирішувати соціальні конфлікти мирним шляхом, ефективніше реалізувати державні рішення.

Метою зв'язків з громадськістю для органів державної влади є встановлення двостороннього спілкування для виявлення спільних інтересів та досягнення взаєморозуміння між громадянами та державною владою, що засноване на природі, знанні та повній інформованості.

Зв'язки з громадськістю відіграють велику роль у діяльності органів державної влади. У літературі налічується близько п'ятисот визначень зв'язків із громадськістю. Американський фахівець Р. Харлоу запропонував таке визначення: зв'язки з громадськістю – це одна із функцій управління, яка сприяє встановленню та підтримці спілкування, взаєморозуміння і налагодженню співробітництва між організацією та громадськістю [4].

Дослідник Г. Почепцов вважає, що зв'язки із громадськістю – це комунікативна дисципліна, спрямована на організацію комунікативного простору в сприятливому режимі для об'єкта зв'язків із громадськістю та покликана управляти позитивним іміджем фірми або людини [6].

Зв'язків з громадськістю повинні передбачати чесні, відкриті та доброзичливі взаємовідносини між органами державної влади та громадськістю. Органи державної влади зобов'язані інформувати населення про напрями розвитку, програми й послуги, що надаються ними, звітувати про свою діяльність і нести перед ним відповідальність. На думку Б. Гурне, «для органів адміністративного управління вкрай необхідно розробляти і систематично застосовувати політику поліпшення своїх зв'язків із громадськістю» [1].

Основною метою зв'язків із громадськістю є створення зовнішнього і внутрішнього політико-соціально-психологічного середовища, сприятливого для успішної роботи органу державного управління, забезпечення бажаної поведінки громадськості щодо цього органу влади [3].

Слід виділити три основних канали комунікації, завдяки яким формується імідж будь-якої державної організації. Першу групу складають офіційні канали, другу — неофіційні канали, а третю — напівофіційні канали.

Для того, щоб досягти взаєморозуміння, доброзичливих стосунків та співпраці між органом державної влади і громадськістю, варто дотримуватися таких вимог [5]:

- забезпечити широке, адекватне інформування як усієї громадськості, так і окремих її соціальних груп;
- організувати ефективний «зворотний зв'язок» із громадськістю;
- залучити громадськість до участі у процесі обговорення та прийняття рішень.

Практика зв'язків органів державної влади передбачає насамперед інформування громадськості з метою надання їй загального уявлення про діяльність, реалізацію планів та проблеми, які доводиться їм вирішувати. Для досягнення цієї мети органи виконавчої влади використовують такі основні види комунікативних каналів [6]:

- безпосереднє спілкування – особисті контакти між громадянами (об'єднаннями громадян), з одного боку, і посадовими особами органу влади – з іншого;

- спілкування за допомогою засобів зв'язку (телефон, різноманітні форми особистого листування);
- опосередковане спілкування через засоби масової інформації (преса, телебачення, радіо, комп'ютерні мережі тощо).

Зв'язки з громадськістю органів державної влади базуються на враженнях громадян від роботи служб та від ефективної роботи державних службовців. Для полегшення спілкування з громадянами органи державної влади застосовують методи ознайомлення з відомостями практичного характеру. Така інформація може розповсюджуватися у друкованому вигляді (видання брошур, розміщення довідкових матеріалів, рекламних афіш тощо), через телебачення, радіо, Інтернет, виставки тощо. Ці методи будуть ефективними лише за наявності в адміністрації достатніх фінансових ресурсів та кваліфікованих фахівців (журналістів, дизайнерів тощо) [6].

На думку науковців, існують різні типи взаємин органів державної влади із засобами масової інформації [2]:

- випуск і поширення інформаційних бюлетенів, прес-релізів, оглядів, фото-, відеоматеріалів, інформаційних збірників, експрес-інформації;
- проведення прес-конференцій, брифінгів, політичних діалогів, телевізійних дебатів, «круглих столів», прес-клубів, організація інтерв'ю з керівниками органів влади, посадовими особами для працівників засобів масової інформації;
- підготовка й проведення теле- і радіопередач;
- забезпечення публікацій (виступів) у засобах масової інформації керівників або інших відповідальних працівників органів влади;
- створення архівів інформації про діяльність органу влади;
- розміщення веб-сторінок в Інтернеті про орган влади та його діяльність;
- інші форми поширення офіційної інформації, що не суперечать чинному законодавству.

З метою створення системи інформаційного забезпечення органів державної влади, системи інформування громадськості про свою діяльність та досягнення прозорості в роботі в Україні створено Єдиний веб-портал органів виконавчої влади – центральна частина електронної інформаційної системи «Електронний уряд», яка призначена для інтеграції веб-сайтів, інших електронних інформаційних систем органів державної влади та надання послуг громадянам та юридичним особам через мережу Інтернет [8].

Оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів державної влади здійснюється шляхом впровадження та використання сучасних інформаційних технологій для надання інформаційних та інших послуг громадськості, забезпечення її впливу на процеси, що відбуваються у державі [1].

На сьогодні питанням, що потребує свого дослідження є те, як громадськість оцінює ефективність діяльності органів державної влади, використовуючи технології зв'язки із громадськістю. Так як громадяни країни дуже часто звертаються до органів державних влади з вирішенням різноманітних проблем та питань, саме тому варто проаналізувати ставлення громадськості до цих установ.

Як свідчать результати опитувань, метою яких було з'ясувати ставлення громадськості до органів державної влади та оцінити ефективність їхньої діяльності.

Можемо сказати, що загалом громадськість оцінює роботу органів державної влади як не зовсім ефективну та не дуже добре. Це пов'язано зі специфікою роботи даних органів, а також з тим, що дуже часто змінюється законодавство, яке є досить складним для розуміння, при чому немає однозначного його трактування та пояснення. А також це пов'язано з непрофесійністю та некомпетентністю як працівників органів державної влади, так і громадян. Для вдосконалення роботи з громадськістю потрібно проводити індивідуальні зустрічі для роз'яснення законодавства.

Поширеним явищем є інформування громадськості про діяльність органів державної влади через власні друковані й електронні засоби інформації. До якого можна віднести як газети і журнали, так і аудіовізуальні засоби масової інформації. Цей метод є надзвичайно ефективним, адже майже всі матеріали, що подаються у цих засобах масової інформації, мають переважно позитивне забарвлення стосовно органів державної влади. Негативом може бути лише не цікавий зміст цих публікацій, невеликі тиражі та обмежена аудиторія глядачів чи радіослухачів порівняно з незалежними засобами масової інформації [2].

Отже, зв'язків з громадськістю є відповідальною та важливою сферою діяльності органів державної влади, які передбачають різноманітні технології та шляхи реалізації інформаційної взаємодії з громадськістю. Без чесних, доброзичливих та відкритих відносин між громадськістю та органами державної влади їхня робота може бути проблематичною та не ефективною.

Саме тому сьогодні важливо, щоб керівники органів державної влади усвідомили значущість функціонування служб зв'язків із громадськістю. Це допоможе підняти імідж органів влади й поступово повернути довіру до держави в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Комаровский, В. С. Связи с общественностью в политике и государственном управлении [Текст] / В. С. Комаровський. – М. : РАГС, 2001. – 520 с.
2. Королько, В. Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика [Текст] / В. Г. Королько. – 2-ге вид., допов. – К. : Видавничий дім «Скарби», 2001. – 400 с.
3. Занецька, О. В. Нові засоби масової комунікації (соціокультурний аспект) [Текст] / О. В. Занецька. – К., 1993. – 153 с.
4. Лук'янець, Т. І. Маркетингова політика комунікацій [Текст] / Т. І. Лук'янець – К., 2000. – 214 с.
5. Панфилова, А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности [Текст] / А. П. Панфилова – СПб., 2001. – 152 с.
6. Почепцов, Г. Г. Паблік рилейшнз [Текст] : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов. – К. : Знання, 2006. – 327 с.
7. Руїс Мендісаль, Л. М. Зв'язки з громадськістю як комунікативний аспект державного управління [Текст] : дис. канд. наук з держ. управління : 25.00.01 / Л. М. Руїс Мендісаль. – К., 2001. – 189 с.
8. Тихомирова, Є. Б. Транспарентність і відкритість діяльності влади та шляхи їх забезпечення в Україні // Наукові записки НАУ «КМА». – К., 2002. – Т. 20: Політичні науки. – С. 39-40.
9. Синельникова, Л. Н. Диалог как способ расширения идентификации [Текст] / Л. Н. Синельникова // Диалог культур в аспекте обучения в высшей школе: Материалы конференции. – Луганск, 2001. – С. 36-42.
10. Слісаренко, І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління [Текст] / І. Ю. Слісаренко. – К. : МАУП, 2001. – 104 с.

Мацкевічус Світлана Стасівна – ст. викладач кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Магденко Оксана Юрївна – студентка групи МПОУ-18мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Matskevichus Svitlana S. – senior lecturer of the Department of Economics of enterprise and production management, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia

Magdenko Oksana Y.-student, faculty of management Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ТА КОНВЕРТАЦІЯ ЛЮДСЬКОГО І СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті розглянуто теоретичні основи дослідження соціального та людського капіталу, а також здійснена їх інвестиційна привабливість та конвертація.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна привабливість, людський капітал, соціальний капітал.

Abstract

Theoretical bases of research of social and human capital are considered in the article, and also carried out their investment attractiveness and converting.

Keywords: investments, investment attractiveness, human capital, social capital.

Вступ

На сьогоднішній день в сучасних умовах соціальне інвестування є вже не розкішшю, яку можуть собі дозволити успішні компанії, а незамінна складова повсякденної управлінської практики. Інвестори стають новими центрами влади, від яких суспільство очікує відповідного рівня соціальної відповідальності, разом з ресурсним потенціалом. Безперервний розвиток суспільства, держави, а також зміна пріоритетів є причинами постійної зміни категорії «соціальні та людські інвестиції», що робить їх важливою темою дослідження. У зв'язку з тим, що даний процес набирає обертів, важливо ідентифікувати вклади, які є соціальними та людськими інвестиціями, адже від цього залежить ефективність його функціонування як у соціальній, так і економічній сферах [1].

Метою роботи є теоретичне обґрунтування сутності соціальних та людських інвестицій, як інвестиційно привабливих.

Дослідники

Ці питання висвітлені в працях вітчизняних та зарубіжних вчених, як В.Андрійчук, А.Бакітжанов, І. Багрова, О.А.Бандурін, О.В. Бражко, Л.Борщ, І.Вахович, В.Гомольська, І.Грішина, Б.В.Губський, В.К.Гуртов, В.Єпіфанов, А.М.Ісаков, Г.В. Козаченка, М.А.Козоріз, Р.Коуз, П.Макаренко, О.М.Марголін, В.О.Онищенко, І.Ройзман, О.Шахназаров, Л.Масловська, Б.О.Чуб, В.Федоренко та ін.

Результати дослідження

У розвинених країнах добровільне інвестування суспільного та людського розвитку є розповсюдженою практикою корпоративної соціальної відповідальності, що є вигідною діяльністю як для суспільства, так і для самого інвестора. Для розуміння поняття «соціальні інвестиції» розглянемо термін «інвестиції». У роботі «Основи інвестиційного менеджменту» Бланк І.А. пропонує наступне трактування: «Інвестиції являють собою вкладення капіталу в усіх його формах у різні об'єкти (інструменти) господарської діяльності з метою отримання прибутку, а також досягнення іншого економічного або позаекономічного ефекту, здійснення якого базується на ринкових принципах і пов'язане з факторами часу, ризику і ліквідності» [2]. Для розуміння теорії людського капіталу спирається на теоретичний фундамент, закладений економічною наукою протягом значного історичного періоду та представлений низкою економічних категорій, які у сукупності є, у певному сенсі, тими, за визначенням А. С. Гальчинського, «елементарними клітинками» [3], що формують зміст людського капіталу та визначають особливості і напрями його розвитку в умовах постіндустріальних перетворень.

Теорія людського капіталу виходить із того, що людина може збагатити власну здатність до праці завдяки розвитку здібностей, зміцненню і збереженню свого здоров'я, здобуття освіти, кваліфікації. Від природи більшість людей мають здатність до простої праці. Освіта, кваліфікація, набутий досвід, розвиток здібностей формують здатність до складної праці, яка створює прибуток, що є результатом нагромадженого людського капіталу.

Існує два альтернативних підходи до трактовки категорії «людський капітал». Прихильники одного роблять наголос на слові «капітал». Так, В. Щетинін вказує, що ключовою ознакою цієї нової категорії виступає слово «капітал». Тому він вважає, що людський капітал – це сучасний аналог змінного капіталу, який був відкритий і науково обґрунтований К. Марксом. Людський капітал, як визначали його більшість західних економістів, на ранніх стадіях досліджень, складається з набутих знань, навичок, мотивацій і енергії, якими наділені людські істоти і які можуть використовуватися протягом певного періоду часу з метою виробництва товарів і послуг. Він є формою капіталу, тому що є джерелом майбутніх заробітків, або майбутніх задовольень, або того й іншого разом. Він людський, бо є складовою частиною людини.

Прихильники іншого вважають, що саме комплексний підхід дає змогу всесторонньо дослідити людський капітал за стадіями відтворення, затратами та результатами у взаємозв'язку зі всіма елементами соціально-економічної системи. До того ж, в людський капітал, можуть конвертуватись в процесі свого розвитку і інші види групового і індивідуального капіталу, наприклад соціального та культурного.

Соціальний капітал – поняття, введене П. Бурд'є у статті «Форми капіталу» для позначення соціальних зв'язків, які можуть виступати ресурсом отримання вигод. П. Бурд'є визначає соціальний капітал як «ресурси, засновані на родинних відносинах і відносинах в групі» і підкреслює значення вигоди, «яка акумулюється, завдяки членству в групі, є базисом можливих солідарностей» [4]. Вигода, принесена членством в групі, лежить в основі солідарності, яка робить можливим її отримання.

Це не означає, що члени групи свідомо переслідують мету отримання вигоди як такої, навіть якщо мова йде про клуби для обраних, організованих саме для того, щоб концентрувати соціальний капітал, і в результаті отримувати повну вигоду від примноженого ефекту концентрації та зберігати вигоду від членства в них (матеріальну – як, скажімо, всі види послуг, які приносять корисні знайомства, і символічну – наприклад, вигоду від зв'язку з рідкісною, престижною групою) [5]. Досить часто потенційні члени групи намагаються сформувати мережу зв'язків які необхідні для побудови і відтворення тривалих, корисних відносин, що дозволять зберігати потенціал матеріальної або символічної вигоди. Загалом, соціальний капітал є динамічним, мінливим і може конвертуватись конкретною особою в людський капітал, тому що може бути джерелом майбутніх заробітків, або майбутніх задовольень, або того й іншого разом.

Узагальнення викладених результатів дослідження та аналіз джерела [6] дає підстави стверджувати, що соціальний капітал впливає на економічне зростання наступним чином:

- при укладанні угод побудовані на довірі економічні взаємовідносини сприяють зниженню трансакційних витрат;
- економічна поведінка, яка базується на довірі у взаємовідносинах між економічними агентами, заощаджує та вивільняє ресурси, які вони можуть спрямувати на новітні технології, нововведення тощо;
- довіра, яка виникає в соціальних мережах та є невід'ємною складовою соціального капіталу, сприяє зменшенню витрат ресурсів, спрямованих на запобігання і протидію випадкам шахрайства при здійсненні економічних операцій;
- розширення мережі зв'язків між агентами сприяє поліпшенню обміну інформаційними потоками та прискорює поширення інновацій;
- підвищення рівня довіри до здійснюваної державою економічної політики позитивно відображається на створенні привабливого інвестиційного клімату;
- відкритість і прозорість в ухваленні важливих економічних рішень є передумовою підвищення рівнів ефективності в діяльності державних інститутів;
- соціальний капітал – соціальна гарантія для ведення суб'єктами господарювання ризикованої, але потенційно більш прибуткової господарської діяльності.

Висновок

Розвиток соціальних та людських інвестицій виступає об'єктивною закономірністю зміни суспільства. Узагальнивши, можна сказати, що соціальні інвестиції як інвестиційні рішення, які зважають на соціальні та екологічні наслідки, використовують традиційний фінансовий аналіз. В управлінні людським капіталом виступає відсутність раціонального інформаційного забезпечення на рівні особи, що часто виступає втратами від неефективного використання людського потенціалу. Досліджуваний матеріал реалізації соціальної відповідальності орієнтований на партнерство між державою, громадянським суспільством та підприємницькою сферою. Це – високотребувана ланка у взаєминах «суспільство-бізнес-влада»

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- 1) Стратегія економічного розвитку «Шлях до процвітання», липень 2015 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://issuu.com/mineconomdev/docs/me_st_pdf_ukr_print_1
- 2) Бланк, І.А. Основи інвестиційного менеджменту [Текст] / І.А. Бланк. – К.: Ельга-Н, Ніка-Центр, 2001. – 536 с.
- 3) Гальчинський А.С. Економічна методологія. Логіка оновлення: курс лекцій / А.С. Гальчинський. – К.: «АДЕФ-Україна», 2010. – 572 с.
- 4) Бурдые П. Формы капитала / П. Бурдые // Экономическая социология. – 2002. – № 5. – С. 60–75.
- 5) Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий / Дж. Коулман // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – С. 122–139.
- 6) Эффективный экономический рост : теория и практика [Текст] / [Под ред. Т. В. Чечелевой]. – Москва. : Изд-во «Экзамен», 2003. – 320 с.

Баранова Раїса Віталіївна – студентка групи МОв-156, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, raisa11041998@gmail.com

Науковий керівник: **Кавецький В'ячеслав Валерійович** – старший викладач, кафедра економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Raisa Baranova V. - student, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, raisa11041998@gmail.com.

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

ПЛАТФОРМА MERCH BY AMAZON, ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ ДИЗАЙНЕРА-ПОЧАТКІВЦЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто сучасні POD-платформ, досліджено особливості роботи Merch by Amazon. Визначено переваги такого виду бізнесу для дизайнера-початківця.

Ключові слова: бізнес, Merch by Amazon, дизайн, POD-платформа, Print-On-Demand, прінтшоп.

Abstract

Modern POD-platforms are considered, features of Merch by Amazon are explored. The advantages of this kind of business for the beginner designer are determined.

Keywords: business, Merch by Amazon, design, POD platform, Print-On-Demand, printshop.

Вступ

Останні роки в Україні має місце економічна нестабільність, яка виражається у відсутності стабільного рівня цін, наявності інфляції, нестабільності національної валюти, неможливості гарантувати громадянам повну зайнятість та сумнівних соціальних гарантіях. Дана тема буде особливо актуальна для людей, яким подобається створювати графічні зображення, бути «в тренді» та створювати тренди.

Мова йде про, так звані, прінтшопи (printshop) – це платформи, на які ви можете завантажити свої зображення, які можна буде роздрукувати на різноманітних предметах – від футболок та худі до постільної білизни та настінних годинників, деякі з них навіть мають частину функціоналу соціальних мереж: є можливість підписатись на оновлення певного художника, ставити вподобання дизайнам, писати коментарі та особисті повідомлення. Є велика кількість прінтшопів і в Україні, і в Європі, і в Америці. Із найвідоміших платформ такого типу варто виокремити Merch by Amazon, Society6, Teepublic, Redbubble, DesignbyHumans та CafePress. Оскільки в даній статті йдеться про дохід у іноземній валюті, про українські прінтшопи мови не йтиме.

Результати дослідження

Всі прінтшопи працюють за схемою POD. Print on demand (POD) – це видавнича технологія, також відома під назвою видавництво за вимогою, при якій екземпляри мерчендайзингової продукції, книг тощо виготовляються/друкуються тільки тоді, коли надходить відповідний запит від покупця. [1]

Здебільшого спочатку дизайнери та художники виставляють свої роботи задля того, щоб їхні роботи набули певного матеріального формату: більшість творчих людей – візуали, тобто їм приносить задоволення дивитись на щось естетичне, а також їх мотивує споглядання результатів своєї праці, а що може мотивувати більше, аніж люди, які захоплюються вашими роботами та ідеями? Потім ж приходить розуміння того, що разом із продажем своїх робіт на мікростоках (майданчиках, які надають можливість продати чи купити права на певне фото, малюнок, дизайн, шрифт, візерунок тощо) цей вид діяльності приносить непоганий пасивний дохід.

Розглянемо один із найпопулярніших і найбільших майданчиків. Найбільш відвідуваною покупцями є платформа Merch by Amazon (заснована у 2015 році), оскільки Емезон є найбільшою в світі компанією по продажу товарів та послуг через мережу Інтернет, орієнтованою на продаж реальних товарів масового вжитку. Для представлення масштабів Amazon варто зазначити, що 4 вересня 2018 року капіталізація компанії виросла до 1 трильйону доларів США, завдяки чому вона стала другою компанією в історії Сполучених Штатів (Apple вдалось досягти цієї відмітки на місяць раніше). Оскільки більше половини американців (54%) витрачають на імпульсивні покупки 100 доларів США або більше, а близько 20% з них витрачають 1000\$ або більше на імпульсивні покупки [2], а при вартості футболки чи іншої мерчендайзингової продукції від 15 до 30\$, цей феномен

становить доволі значну частину прибутку. Оскільки для імпульсивної покупки потрібно швидко і якісно довести покупцю, що дана покупка точно йому потрібна, оскільки задовільнить його потреби, дизайнер також повинен володіти навичками маркетингу, щоб написати опис продукту/дизайну, який “продаватиме” себе сам. Щодо всього іншого - Amazon вже поспілкувався про всі “проблемні” моменти від клієнтської підтримки (принцип “клієнт завжди має рацію” тут працює на всі 100%) та оформлення замовлення до доставки та обробки повернень. Навіть колірна гамма та розташування клавіш підібрані таким чином, щоб покупцю було надзвичайно легко здійснити покупку, що робиться буквально в 2 кліки мишки. До того ж, довіра жителів США до Емезону настільки висока, що, згідно результатів опитування 2018 року, близько 90% з них планували замовляти подарунки на Різдво для близьких та рідних на Amazon, навіть не розглядаючи варіанту порівняння асортименту та цін із іншими сайтами. У даного сервісу є всього один недолік: процес реєстрації не такий вже й простий, а після його проходження треба очікувати 10-14 на рішення комісії Емезон щодо того, чи дозволити претенденту публікувати свої дизайни, чи відмовити йому. Останнім часом випадки відмов трапляються набагато частіше, аніж позитивні рішення.

Схема роботи Merch by Amazon доволі проста:

1. Amazon надає свою POD платформу підприємцям (включно із футболками, принтерами для друку на текстилі, сайт для розміщення дизайнів, обробку замовлень, доставку покупцям тощо);
2. Компанія/підприємець/дизайнер завантажують свій дизайн на Amazon та створюють лістинг (сторінку товару) згідно встановлених правил;
3. Покупець купує футболку/худі/іншу продукцію із принтом, яку йому доставляє Емезон разом із іншими його замовленнями;
4. Компанія/підприємець/дизайнер отримують свою авторську винагороду (так зване роялті), а Amazon - отримує прибуток із продажу.

В таблиці 1 представлено розмір авторської винагороди при продажі стандартної футболки із одностороннім друком [3].

Таблиця 1 - розмір авторської винагороди при продажі стандартної футболки із одностороннім друком на Merch by Amazon

Ціна продажу	\$15,9 9	\$17,9 9	\$19,9 9	\$21,9 9	\$23,9 9	\$25,9 9
Авторська винагорода	\$2,36	\$3,87	\$5,38	\$6,89	\$8,40	\$9,92

При двосторонньому друці вартість футболки зростає на \$4,00, а при друці на футболках преміум якості - на \$1,50. Також в США доступний друк на футболках із довгим рукавом, пуловерах, світшотах та поп-сокетах (своєрідних тримачах для телефону, планшету чи електронної книги, за допомогою яких можна надійніше тримати смартфон чи інший гаджет в руках, також можливо використовувати їх як підставку, селфі-палицю чи штатив [4]).

Перевагами такого виду бізнеса є:

- швидкий початок (свою першу авторську винагороду ви можете отримати в перший день роботи, а вивести його на банківську карту - приблизно через місяць);
- мінімальні початкові інвестиції (почати можна маючи тільки комп'ютер і графічний редактор. Деякі ентузіасти починають, маючи тільки телефон/планшет);
- наявність величезного трафіку лояльних покупців, які приходять на Amazon не тільки за футболками з малюнками чи сувенірами, а і за товарами щоденного вжитку;
- повна відсутність необхідності спілкування з покупцями: всі товари продає сам Amazon, беручи на себе відповідальність за роботу із оформленням, доставкою, відміною та поверненням замовлень;
- є можливість масштабування такого виду діяльності: розширення спектру продукції, запуск власного сайту, продаж у соціальних мережах, початок співпраці із іншими POD-платформами, найм дизайнерів для розширення асортименту;
- при досягненні певного рівня популярності вашого бренду чи навіть тільки окремих футболок, можна перестати займатись розвитком і не заходити в аккаунт Merch by Amazon місяцями і роками, а він все одно буде приносити непоганий пасивний дохід;
- такий бізнес згодом можна буде продати.

Висновки

Отже, можна зробити висновок, що даний вид бізнесу є доволі привабливим для дизайнерів – початківців, як з точки зору прибутку, так і з точки зору задоволення власного ego від розуміння, що десь є люди, яким подобається творчість даного автора і вони навіть носять її на собі.

До того ж, оплата за зображення здійснюється у доларах чи євро, що дозволяє дизайнерам-початківцям отримувати стабільний заробіток в іноземній валюті в умовах нестабільного фінансового становища в країні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Merch by Amazon: Регистрация и 5 способов её ускорения [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://saleshub.pro/merch-by-amazon-registration/>
2. Исследование импульсивных покупателей [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://subscribe.ru/digest/marketing/analytics/n92497347.html>
3. Royalties [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://merch.amazon.com/resource/201858580>
4. PopSockets FAQ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://merch.amazon.com/resource/ZPG6T39S9NYBA2C>

Завадська Юлія Сергіївна – студентка групи 2ПІ-15б, факультет інформаційних технологій та комп'ютерної інженерії, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, email: 2pi15b.zavadska@gmail.com

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

Yuliia S. Zavadska – student of the group 2PE-15b, Faculty of Information Technologies and Computer Science, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: 2pi15b.zavadska@gmail.com

Larysa D. Hlushchenko— Cand. Sc. (Econ.), Assistant professor of the Chair of Economics of Enterprise and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: lglushenko@gmail.com

ВДОСКОНАЛЕННЯ МАТЕМАТИЧНОЇ МОДЕЛІ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Показано, що нечітка математична модель прогнозованої якості діяльності підприємства без попереднього налаштування має велику похибку. Здійснення генетичної оптимізації запропонованої моделі дозволяє скоригувати її параметри та забезпечити коректність вектора прогнозування оптимального розвитку підприємства на основі оцінки його якості діяльності.

Ключові слова: якість діяльності підприємства, нечіткі множини, генетична оптимізація, математична модель.

Abstract

It is shown that a fuzzy mathematical model of predicted quality of an enterprise without prior adjustment has a big fault. The implementation of genetic optimization of the proposed model allows to adjust its parameters and to ensure the correctness of the forecasting vector for optimal development of the enterprise on the basis of evaluation of its activity quality.

Keywords: quality management of activity, fuzzy logic, genetic optimization, math model.

Відомо, що в сучасних умовах особлива увага приділяється діяльності підприємств щодо їх конкурентоспроможності та рентабельності. Очевидно, що існує прямий зв'язок між всіма сторонами діяльності підприємств. Тому якість діяльності підприємств безпосередньо обумовлена рівнем інноваційно-технологічної активності та результативності системи управління якістю на підприємстві. Відповідними мають бути і прогнозовані стратегії розвитку підприємств.

В теперішній час підприємства України використовують різноманітні заходи підвищення результативності управління якістю діяльності. В багатьох випадках підприємство обирає стратегію директивно, ґрунтуючись в основному на власних інтуїтивних поглядах керівництва. Заходи реалізації стратегії обирають переважно методом проб та помилок [1]. Для того, щоб зменшити ризики при наповненні стратегій діяльності підприємства конкретним змістом, потрібно знати як вплинуть ті чи інші дії або їх сукупність на результативність управління якістю діяльності. Тому рішення щодо проведення певного заходу має бути обґрунтованим.

В роботах [2, 3] запропоновані підходи, якими передбачається проведення певних дій для підвищення результативності діяльності підприємства.

Вищевикладені міркування описуються відповідними математичними моделями, складність яких визначається в залежності від одночасного аналізу тієї кількості елементів, які на думку експерта відображають реалії стану та напрямку діяльності підприємства.

В роботі [4] викладена економіко-математична модель, за якою ефективність системи управління якістю діяльності визначається за критерієм результативності R , що характеризується числом з діапазону $[0, 1]$. Чим більше значення цього критерію, тим краще система управління якістю діяльності задовольняє факторам результативності підприємства, що дозволяє підвищити його рентабельність.

Для реалізації зазначеної економіко-математичної моделі застосована теорія нечітких множин з використанням експертних знань в умовах невизначеності. За теорією ідентифікації на основі нечітких баз знань [5, 6] сформульовані принципи реалізації моделі прогнозування результативності системи управління якістю діяльності.

В процесі застосування розробленої моделі з'ясувалось, що в процесі розрахунків вноситься похибка, яка має суттєве значення. Це обумовлено тим, що експерт при формуванні вихідних умов вносить значення окремих параметрів на свій розсуд, які відрізняються від бажаних. Тому необхідно здійснити налаштування вказаної математичної моделі.

При побудові нечітких експертних систем виникає задача створення оптимальної архітектури системи, тобто параметрів системи: кількості входів та виходів, функцій належності та їх параметрів для кожних входу і виходу, вид і кількість правил в нечіткій базі знань, ваги правил тощо.

Відомо, що для класичних методів розв'язання задач оптимізації багатоекстремальних функцій характерна проблема локального екстремуму і громіздкі обчислення [7]. Тому сучасний підхід до розв'язання таких задач пов'язують з використанням генетичних алгоритмів.

З врахуванням викладених міркувань застосуємо генетичний алгоритм для налагодження розробленої математичної моделі. Зазначимо, що принцип роботи генетичного алгоритму пов'язаний з одночасним пошуком по багатьом напрямкам, шляхом маніпулювання хромосомним набором за допомогою операцій мутацій і схрещування.

Початкова процедура генетичного алгоритму в першу чергу визначається кодуванням параметрів, що оптимізуються, у вигляді хромосом, та вибором коду, у якому вони будуть оброблятися.

Розглянемо генетичний алгоритм, у якому використовується десяткове представлення хромосом, а основні генетичні оператори мають ряд відмінних особливостей, які дозволяють успішно вирішувати задачу багатопараметричної оптимізації багатоекстремальних функцій.

Оскільки статистичні дані для всебічного дослідження ступеня оптимізації нечіткої моделі за допомогою генетичного алгоритму відсутні, то адекватність математичної моделі перевірялась з врахуванням наявних даних, отриманих шляхом моделювання бажаних сценаріїв розвитку підприємства.

Для настройки нечіткої моделі була створена популяція, яка складалась з 10 хромосом. Хромосоми новоствореної популяції піддавались процедурам схрещування та мутації.

В результаті застосування вказаних операцій з використанням елітного відбору створювалась нова популяція.

В якості критерію навчання враховувалась сума квадратів відхилень значень, визначених системою, та даних, отриманих з навчальної вибірки.

В результаті навчання розробленої математичної моделі отримано ваги правил, які відрізняються від первинних, сформованих при розробці нечіткої моделі.

Таким чином, запропонований підхід є ефективним і за наявності конкретних статистичних даних може використовуватись для формування стратегії розвитку підприємства.

Висновки

1. Застосування методу нечітких множин дозволяє в умовах невизначеності параметрів об'єкта формувати вектор управління якістю на підприємстві для формування стратегії його розвитку.

2. Здійснення генетичної оптимізації нечіткої моделі управління якістю підприємства дозволяє підвищити точність оцінки його якості діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Лала О.М. Оцінка якості системи управління підприємством [Текст] / О.М. Лала. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. – 165с.
2. Ротштейн А.П. Многокритериальный выбор бренд-проекта с помощью нечетких парных сравнений альтернатив / А.П. Ротштейн, С.Д. Штовба, Е.В. Штовба // Управление проектами и программами. – 2006. - №2. – С.138-146.
3. Бальзан М.В. Оцінювання ефективності управління якістю організації виробничого процесу на машинобудівному підприємстві / М.В. Бальзан // Нейро-нечіткі технології моделювання в економіці. – 2014. - №3. – С.3-22.
4. Мороз О.В. Економічне оцінювання та управління діяльності машинобудівного підприємства на основі зростання якості. Монографія / О.В. Мороз, Н.П.Карачина, М.В. Бальзан. – Вінниця: ВНТУ, 2015 – 180 с.
5. Борисов А.Н. Принятие решений на основе нечетких моделей: примеры использования / Борисов А.Н., Крумберг О.А., Федоров И.П.. – Рига: Зинатне. – 1990. – 184 с.
6. Zimmermann H. Fuzzy Set Theory and Its Applications. Kluwer Academic Publishers. 3rd eds. – 1996. – 435 p.
7. Батищев Д.И. Методы оптимального проектирования. – М.: Радио и связь, 1984. – 305 с.

Бальзан Марина Володимирівна – к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, grabko@vntu.edu.ua

Balzan Maryna V. – PhD., assistant professor of the Department of Economics of Enterprise and Industrial Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, grabko@vntu.edu.ua

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ЗВ'ЯЗКИ ТА ПУБЛІЧНЕ АДМІНІСТРУВАННЯ

Вінницький національний технічний університет¹

Анотація

Визначено роль комунікацій в управлінні. Проаналізовано методи та властивості публічного адміністрування.

Ключові слова: інформація, управлінська інформація, інформаційне забезпечення, комунікація, державні організації, публічне адміністрування.

Abstract

The role of communication in management is determined. The methods and properties of public administration are analyzed. The peculiarities of the communication process in state organizations are determined.

Keywords: information, management information, information provision, communication, government organizations, public administration.

Вступ

Публічне адміністрування стає можливим завдяки існуванню влади. Влада є органом легітимного примусу в інтересах більшості населення за умови дотримання державного інтересу. Головною ознакою влади є її цілісність, неподільність і суверенність. Системний характер публічного адміністрування полягає в тому, що він забезпечує єдність розпорядчого (командно адміністративного) і партнерського (соціально-консолідованого) почав в практиці регулювання соціальних відносин і процесів.

Майже неможливо переоцінити важливість комунікації в управлінні. Якщо люди не зможуть обмінюватися інформацією, то вони не зможуть працювати разом, формувати спільні цілі й досягати їх [1].

Основна частина

Управлінський процес являє собою систему різних відносин, у якій мають місце прямі і зворотні зв'язки. Вплив суб'єкта, що управляє (органа, посадової особи) на об'єкт, – це встановлення прямих зв'язків з об'єктом. Вплив може бути активним, навіть силовим, а може бути м'яким «управлінням дирижера» чи зовсім навіть непомітним. Для гарного налагодженого управління характерним є останнє: не аврали і штурми, надзвичайні чи екстрені заходи, а непомітна на перший погляд управлінська робота завжди дає найкращий ефект, коли форми прямого управління різко змінюються [2]. Проте застосовувати їх необхідно вкрай обережно, так як вони можуть зруйнувати управлінський механізм.

Об'єктом управлінського впливу, прямих зв'язків являється не тільки зовнішній по відношенню до управляючої системи об'єкт, але й різні ланки самої управляючої системи, між якими встановлюються або вертикальні зв'язки підпорядкування, або субординації (ієрархія), або горизонтальні. В останньому випадку вони зводяться до координації, взаємодії, взаємодопомоги для здійснення єдиних цілей державного чи муніципального управління. Вплив суб'єкта (органа, посадової особи) на об'єкт управління породжує зворотні зв'язки, які встановлює об'єкт з суб'єктом.

До суб'єкта управління поступає інформація про поведінку об'єкта, про виконання чи невиконання управлінських команд, яка збирається у рецепторах управляючої системи. Такими рецепторами можуть виступати органи чи посадові особи, які безпосередньо здійснюють управління, аналітичні центри. Система, яка працює з врахуванням зворотних зв'язків, враховує інформацію, що поступає на рецептори, якщо інформація має стрибкоподібний характер, то мають місце викривлення. В рецепторах відбувається відбір і перетворення інформації, відокремлення істотного від неістотного, узагальнення матеріалу для висновків, що робить суб'єкт управління гнучким і сприяє ефективності. Якщо управлінський вплив є непоміченим, і якщо об'єкт не змінив своєї поведінки чи здійснив прямиий супротив суб'єкту управління, останньому необхідно на

основі висновків, зроблених з отриманої інформації, приймати нове рішення, встановлювати прямі зв'язки іншого роду. Рішення може бути різним (використання інших методів впливу), але у будь-якому випадку воно модифікує, змінює і прямі, і зворотні зв'язки.

Нова інформація про поведінку об'єкта управління знову оцінюється управляючою системою і розпочинається новий цикл управління. Дослідження процесів управління на основі вивчення прямих і зворотних зв'язків з використанням методів кібернетики та інформатики отримало у західній літературі «введення (інформація)» – «виведення (рішення)».

У західній літературі найбільш результативним способом активних зворотних зв'язків у процесі управління вважається партиципація – добровільна участь населення в урядових проектах чи заходах місцевого самоуправління. Зворотні зв'язки представляють собою цінність для визначення якості управління. Саме від об'єкта поступає інформація про адекватне розуміння чи виконання «команд», які свідчать про недоліки у системі управління (недостатня кваліфікація кадрів, недостатність зв'язку, чи будь-які недоліки у роботі). У системі управління та публічного мають значення і його цілі, які повинні узгоджуватися з загальнолюдськими цілями (свобода, демократія, соціальна справедливість) та бути реальними [3].

Як якісно нова форма, «публічне адміністрування» має унікальні властивості, а саме: прозорість, легітимність, демократичність, гнучкість. Зробимо висновок, що публічне адміністрування - це цілеспрямована взаємодія публічних адміністрацій з юридичними та фізичними особами з приводу забезпечення реалізації законів та підзаконних актів і виконання частини основних функцій: орієнтуючого планування, що визначає бажані напрямки розвитку; створення правових, економічних та інших умов для реалізації інтересів учасників взаємодії; розподілу праці; кооперування та координування діяльності; моніторинг результатів.

Види методів публічного адміністрування: адміністративні, економічні, правові. Адміністративні методи публічного адміністрування - це сукупність прийомів, впливів, заснованих на використанні об'єктивних організаційних відносин між людьми та загально-організаційних принципів управління.

Для реалізації цілей публічного адміністрування необхідно дотримання принципу необхідної різноманітності: різноманітність управляючої системи повинна бути не меншою, чим різноманітність системи, якою управляють. Процес публічного адміністрування включає в себе три основних компоненти: 1) управлінська свідомість – мисленнєве здійснення процесу управління; 2) управлінська діяльність, що представляє собою реалізацію цілей і задач соціального управління; 3) результат управлінської діяльності. Для публічного адміністрування необхідно виробляти вміння оцінювати соціальні наслідки передбачуваних управлінських рішень, що є соціальним нервом будь-якого управлінського впливу.

Комунікації будуються так, щоб забезпечити зв'язок від керівників до підлеглих, а також між групами, і в протилежно-му напрямі за принципом вертикальних зв'язків.

Важливими є зв'язки між членами всередині групи й групами, однаковими на службових щаблях, бо вони утворюють гори-зонтальні зв'язки [4].

Комунікативні зв'язки в процесі роботи розглядають усі взаємозв'язки співробітника та його сім'ї. Досвід передових підприємств показує, якщо організація сприяє розвитку співробітника як людини, то вона відчуває позитивні імпульси людини. Кожен співробітник перебуває у постійному зв'язку зі своєю сім'єю. Якщо з'являються негативні емоції, то вони забирають стільки сил, скільки необхідно для роботи з повною віддачею.

Тому підприємству необхідно так впливати на свого працівника, щоб він позитивно впливав на сім'ю, тоді й сім'я буде впливати тільки позитивно на працівника.

Для забезпечення комунікативних зв'язків завжди потрібно враховувати стан співрозмовника, втомленість, стресові навантаження й вести розмову так, щоб підтримати, а ще краще підвищити або врівноважити душевний його стан спів-розмовника.

Головним завданням в комунікації є підтримання почуття власної гідності людини. Комунікація - це те, у чому кожен бере участь щоденно, проте не всі досягають цього узгоджено. Неможливо переоцінити важливість комунікації в управлінні. Все, що роблять керівники, щоб полегшити шлях організації до мети, вимагає ефективного обміну інформацією.

Комунікації - це складний процес, що полягає в узгодженості дій усього колективу.

Ефективні комунікації створюються у різних випадках - між об'єктом управління і об'єктами зовнішнього середовища, між керівниками об'єкта і структурними ланками тощо. На об'єкті управління, наприклад, промисловому підприємстві, можна виокремити три основні (найбільш масові) типи комунікацій [5].

1. Комунікації по низхідній.
2. Комунікації по висхідній.
3. Комунікації по горизонталі.

Організація системи автоматизованого збирання і обробки економічної інформації при безперервній технології, як уже зазначалося раніше, є об'єктивною передумовою для створення й успішного функціонування зазначених типів комунікацій. Ці типи комунікацій на об'єкті управління становлять основу системи глобального об'єктивного інформування керівників і фахівців різних рівнів.

Глибоко осмислюючи комунікації на рівні особистості й організації, ми повинні вчитися знижувати кількість випадків неефективних комунікацій й ставати кращими, ефективнішими менеджерами.

Організація використовує різноманітні засоби для комунікації зі своїм зовнішнім оточенням за допомогою реклами й інших програм руху товарів на ринок. У сфері відносин з гро-мадськістю першорядна увага приділяється створенню визна-ченого «іміджу» організації на національному або міжнародному рівні.

Висновки

Таким чином, можна зробити висновок, що система публічного адміністрування є продуктом процесів самоорганізації, що приводять до змін, які відбуваються у суспільстві. Формування цієї системи прискорює креативність соціального життя [6]. Комунікативні зв'язки успішно працюють не тільки в малому контурі (керівник - співробітник), але й взаємовпливають одне на одного взагалі. А добре налагоджені інофрмаційно-комунікаційні зв'язки значно полегшують організацію публічного адміністрування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бевзенко Л.Д. Социальная самоорганизация. Синергетическая парадигма: возможности социальных интерпретаций / Л.Д.Бевзенко. – К.: Институт социологии НАН Украины, 2012. – 437 с.
2. Воронкова В. Г. Філософія гуманістичного менеджменту: (соціальноантропологічні виміри): [монографія] / В.Г.Воронкова. - Запоріжжя: РВВ ЗДІА, 2008. - 254 с.
3. Воронкова В.Г. Формування синергетично-рефлексивної моделі самоуправлінського суспільства: цивілізаційний контекст / В.Г.Воронкова // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: [зб.наук.пр.] – Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2012.- Випуск №49. - С.17-28.
4. Бех В.П. Генезис соціального організму країни: Монографія.- 2-е вид. / В.П. Бех .- доп. – Запоріжжя: Просвіта, 2000. – 288 с.
5. Грицяк І.А. Європейське управління: теоретико-методологічні засади: монографія.- К.: Вид «К.І.С.», 2006.- 398 с.
6. Черленяк І.І. Синергетичні моделі оптимізації системи державного управління: Монографія / І.І. Черленяк. – Ужгород: Ліра, 2010. – 656 с.

Мацкевічус Світлана Стасисівна – ст. викладач кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Полярush Ольга Володимирівна – студентка групи МПОУ-18мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Matskevichus Svitlana S. – senior lecturer of the Department of Economics of enterprise and production management, Vinnytsia national technical University, Vinnytsa

Polyarush Olga V. – student of group MPOY-18mi, faculty of management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa.

МЕТОДИ ОЦІНКИ РИЗИКІВ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглядаються якісні та кількісні методи оцінювання економічних ризиків при здійсненні підприємством господарської діяльності в сучасних умовах ринкових відносин. Обґрунтовано, що для отримання достовірнішої оцінки ступеня ризику необхідно використовувати варіативний підхід.

Ключові слова: ризик, економічний ризик, фінансовий ризик, оцінка ризику, управління ризиком.

Abstract

In this scientific article, qualitative and quantitative methods for assessing economic risks when implementing an enterprise of economic activity in the current conditions of market relations are considered. It is substantiated that a more varied approach is needed to obtain a more reliable risk assessment.

Keywords: risk, economic risk, financial risk, risk assessment, risk management.

Вступ

Функціонування підприємств в умовах ринку пов'язане з необхідністю приймати ризиковані управлінські рішення, що здатні спричинити відхилення від зазначених цілей. Тому розуміння управлінським персоналом підприємства сучасних методів оцінювання ризиків при прийнятті рішень та вміння застосовувати їх на практиці відіграє значну роль. А отже питання, пов'язані з прийняттям рішень в умовах невизначеності результату є на сьогодні надзвичайно актуальними, оскільки від їх вирішення залежить успіх фінансово-господарської діяльності підприємства. Одночасно з цим, практика діяльності вітчизняних підприємств свідчить про необхідність удосконалення існуючої системи управління економічними ризиками.

Результати дослідження

Фінансово-господарська діяльність підприємства в умовах панування ринкових відносин завжди пов'язана з різного роду економічними ризиками, які мають різний ступінь впливу на її результати. Власне поняття «економічний ризик» єдиного визначення немає. Більшість науковців трактує його як подію, у результаті якої існує вірогідність чи то виникнення збитків або недоотримання прибутку порівняно з прогнозованим варіантом [1]; чи то виникнення непевності, яка настає за будь-якого фінансового випадку [2]. Проте в будь-якому випадку негативний вплив ризику проявляється в тому, що він перешкоджає досягненню поставлених цілей. Для зниження негативних впливів економічних ризиків на результати фінансово-господарської діяльності підприємства необхідно перш за все оцінити ймовірність його настання та спричинені ним наслідки.

Оцінка економічних ризиків може бути проведена якісним або ж кількісним способами.

Мета якісної оцінки ризиків – їх ідентифікація, знаходження чинників, джерел появи, оцінка величини впливу.

Особливої уваги заслуговує модель визначення чинників ризику, розроблена економістами-науковцями Д. Кравченко та А. Старостіною [3], в якій пропонується використання трирівневої системи аналізу та визначення ризиків, зміст якої полягає у групуванні джерел факторів ризику на три групи: внутрішньо-організаційні, макрорівневі та мікрорівневі.

У першому рівні розташовані ризики, на які підприємство майже не здатне впливати, та немає можливості ними управляти. Сюди відносять економічні, правові, політичні, ін. Ризиками другого рівня підприємство здатне впливати, але не має можливості ними управляти. Серед суб'єктів, що спричиняють появу ризиків другого рівня, виділяють конкурентів, споживачів, посередників,

постачальників та ін. Ризики, що входять до третього рівня – це ті, на які підприємство має вплив та може їх контролювати – це фінансові, технологічні, виробничі, кадрові ризики тощо.

При здійсненні якісної оцінки ризику, на нашу думку, доцільно використовувати діаграму метода Ісікави, яка дозволяє менеджеру бачити проблему в цілому, а не окремі її компоненти; чіткіше виявляти зв'язки між причинами; виробити нові ідеї; оцінити ідеї колективного прийняття рішень. Діаграма Ісікави є діагностичним інструментом і здатна допомогти знайти причини і джерела проблем чи ризиків, що зустрічаються в організації [4].

Однією з головних умов ефективної та достовірної якісної оцінки ризику є достатнє інформаційне забезпечення. Воно виступає водночас і як джерелом даних, і як методом зменшення ступеня ризику. Інформація може бути отримана зі внутрішніх та зовнішніх джерел, за допомогою опитування та спостереження.

В. Хохлов, до головних методів отримання вихідної інформації про виробничі об'єкти відносить такі [5]:

- SWOT-аналіз;
- аналіз даних квартальних та річних економічних звітів;
- стандартизований листок опитування;
- створення діаграм організаційної структури організації;
- інспекційні відвідування виробничих підрозділів;
- консультації спеціалістів в певній технічній галузі;
- проведення експертиз документації спеціалізованими консалтинговими фірмами.

Кількість отриманих результатів здійснення якісної оцінки економічного ризику може бути замалою для того, щоб прийняти виважені важливі управлінські рішення. Саме тому в більшості випадків для здійснення більш повного оцінювання економічного ризику розраховується ще й кількісна його оцінка. Кількісні методи передбачають оцінку економічного ризику в абсолютному і відносному вираженні.

В абсолютному вираженні економічний ризик вимірюють частотою, з якою він повторюється, що передбачає знаходження імовірності появи ризикових подій, або розмірами можливих збитків, які ним нанесені, і які вимірюють у грошах.

У відносному вираженні ризик вимірюють різними відносними економічними показниками, зокрема, шляхом визначення:

- ризику ліквідності, який визначають зіставляючи відповідні групи активів та пасивів підприємства;
- ризику фінансової стійкості, який знаходять на основі порівняння джерел формування запасів і витрат підприємства;
- ризику банкрутства, який виявляють за допомогою моделей Е. Альтмана, У. Бівера та Р. Ліса;
- коефіцієнта покриття операційного ризику, який розраховують як відношення розміру власних коштів підприємства до величини його операційного ризику, яка, як правило, береться на рівні 15 % від середньорічного позитивного нетто-доходу за 3 попередні фінансові роки, та інших коефіцієнтів.

Найбільш популярними методами кількісної оцінки ризиків економісти визначають статистичний, аналітичний, а також аналіз даних фінансової звітності. Проте, аналіз вищевказаних методів показує, що жоден із них не є універсальним, оскільки кожен з них має свої недоліки та переваги.

Висновки

Отже, вибір кращого чи оптимального методу оцінки економічного ризику залежить від багатьох параметрів: виду ризику, його певних характеристик, джерел виникнення тощо. Оцінка економічного ризику не може бути універсальною, тому що він за своєю природою передбачає невизначеність результату. Будь-який метод оцінювання ризику може забезпечити лише певне наближення до дійсного результату і, не дозволяє досягти ідеальної оцінки. Аби отримати достовірну оцінку ступеня економічного ризику необхідно поєднувати кілька методів чи їх елементів, використовуючи варіативний підхід.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Брігхем Євхен. Основи фінансового менеджменту: пер. з англ. / Євхен Брігхем. – К. : Молодь, 1997. – 1000 с.
2. Письменна Т. В. Теоретичні основи управління фінансовими ризиками підприємства / Т. В. Письменна // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки: зб. наук. пр. – Кіровоград: КНТУ, 2015. – Вип. 28. - С. 100–106.
3. Старостіна А.О. Ризик-менеджмент – теорія та практика: Навчальний посібник / А.О. Старостіна.:ІВЦ Політехніка, 204. – 200с.
4. Нескрасова А.В. Управління фінансовими ризиками в Україні в сучасних умовах / А.В. Нескрасова, В.М. Пастухов // Економічний простір. – 2015. –Вип.16 (125). – С.112-121.
5. Хохлов В. Управління ризиком / В.Хохлов – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 1999 – 239с.

Зянько Віталій Володимирович — д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: fk.zank@gmail.com

Перерва Тарас Владиславович — аспірант кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: taraspererva@gmail.com

Zyanko Vitaliy V. — doctor of economics, Professor, Head of the Department of Finance and innovative management, Vinnytsia national technical University, Vinnytsia, e-mail: fk.zank@gmail.com

Pererva Taras V. — Postgraduate Student of the Chair of Finance and innovative management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : taraspererva@gmail.com

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВ

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

Визначено сутність управління витратами на впровадження інновацій, обґрунтовано необхідність активізації інноваційної діяльності в Україні та напрями підвищення ефективності управління інноваційними витратами вітчизняних підприємств.

Ключові слова: інноваційна діяльність, інноваційні витрати, управління витратами.

Abstract

There has been defined the essence of cost management for the introduction of innovations; the necessity of activation of innovation activity in Ukraine and ways of the efficiency of domestic enterprises innovation management costs were determined.

Keywords: innovation activity, innovation expenses, cost management.

Вступ

У сучасних умовах забезпечення ефективного розвитку національних економічних систем та конкурентоспроможності країни на міжнародному ринку можливе лише при максимально раціональному використанні всіма підприємницькими структурами не лише обмежених природничих та матеріально-технічних ресурсів, але й фінансових та інтелектуальних людських ресурсів. Це передбачає впровадження у виробничий процес новітніх наукових розробок, ресурсозберігаючих технологій, нових методів організації управлінських та виробничих процесів, модерних способів управління витратами підприємства, що означає перехід національних економік на інноваційний шлях розвитку. Адже саме інноваційні зміни створюють в економічній системі так звану внутрішню енергію економічного росту [1].

Теоретичним та практичним питанням організації системи управління витратами підприємства присвячені роботи таких вітчизняних та зарубіжних вчених як Атамас П. Й., Козаченко Г. В., Кравчук Ю. Б., Лабунська С. В., Погорелов Ю. С., Турило А. М., Хлап'онов Л. Ю. та ін.

Метою дослідження є визначення економічного змісту та особливостей управління витратами на здійснення інноваційної діяльності; аналіз ефективності використання українськими підприємствами витрат на впровадження інновацій; обґрунтування шляхів підвищення ефективності управління витратами підприємств, що впроваджують інноваційні проекти.

Результати дослідження

Незважаючи на те, що питанням управління витратами інноваційної діяльності присвячена велика кількість наукових розробок, серед науковців відсутній єдиний підхід до розуміння проблем, які виникають з приводу організації цього процесу та побудови моделей управління витратами на рівні менеджменту підприємства.

Так, Атамас П.Й. вважає, що процес управління витратами має бути спрямований не стільки на стримування зростання витрат, скільки на їх скорочення [2, с. 396]. Натомість Турило А.М., Кравчук Ю.Б. та Турило А.А. наголошують на тому, що процес управління витратами має бути спрямованим на формування оптимального рівня витрат підприємства [3, с. 19]. Тобто ці автори не надають переваги якомусь одному напрямку – чи то скороченню витрат, чи стримуванню їх зростання.

З такими думками вище названих авторів не погоджуються Козаченко Г. В., Погорелов Ю. С. та Хлап'онов Л. Ю., які вважають, що основною метою управлінського впливу на об'єкт витрат є не стільки їх мінімізація та оптимізація у процесі господарської діяльності, скільки підвищення ефективності їх використання [4, с. 8]. На нашу думку, з таким твердженням неможливо не погодитися, адже будь-яка комерційна господарська діяльність має бути економічно ефективною, що

цілком відноситься і до витрат, ефективне використання яких передбачає, що у грошовому вираженні витрати на здійснення економічної діяльності мають бути меншими за результати цієї діяльності. І це виступає необхідною умовою успішного функціонування та шляхом до завоювання конкурентоспроможної позиції на ринку не лише кожного окремо взятого господарюючого суб'єкта, але й необхідною умовою сталого економічного розвитку загалом національної економіки.

Отже, під поняттям «ефективність управління витратами» треба розуміти такі дії менеджменту підприємства, які націлені на максимально ефективне використання усіх видів ресурсів, якими розпоряджається підприємство.

На жаль, в Україні ефективність управління витратами підприємств є вкрай низькою. Підтвердженням цього факту є те, що кількість вітчизняних промислових підприємств, які займаються інноваційною діяльністю та впроваджують інновації, як і обсяг виділених ними фінансових ресурсів на інноваційну діяльність, має негативну динаміку. Так, за даними Державної служби статистики України [5], у 2017 році питома вага промислових підприємств, що займалися інноваційною діяльністю знизилася у порівнянні з попереднім роком на 2,7% (у 2016 році частка таких підприємств складала 18,9%, а в 2017 році – 16,2%). Питома вага підприємств, що впроваджували інновації в 2017 році теж знизилася у порівнянні з попереднім роком на 2,3% (відповідно, таких підприємств у 2016 році було 16,6%, а в 2017 році – 14,3%). Також упродовж 2017 року вітчизняні підприємства різко зменшили свої інноваційні витрати. Якщо у 2016 році на інновації підприємства витратили 23,2 млрд. грн, то в 2017 році лише 9,1 млрд. грн, тобто інноваційні витрати зменшилися у 2,5 рази. А якщо врахувати рівень інфляції, який у 2017 році становив 13,7%, то зниження витрат на інноваційну діяльність буде ще відчутнішим. У результаті, в 2017 році впровадження інноваційних видів продукції порівняно з 2016 роком зменшилося в 1,73 рази (у 2016 році було впроваджено 4139 інноваційних видів продукції, з яких 978 – нових виключно для ринку, 3161 – нових лише для підприємства. Із загальної кількості впровадженої продукції 1305 – нові види машин, устаткування, приладів, апаратів тощо, з яких 22,3% нових для ринку. А у 2017 році було впроваджено всього 2387 інноваційних видів продукції, з яких 477 – нових виключно для ринку, 1910 – нових лише для підприємства. Із загальної кількості впровадженої продукції 751 – нові види машин, устаткування, приладів, апаратів тощо, з яких 30,5 % нових для ринку) [5].

Усе це є свідченням того, що, незважаючи на старання українського уряду стабілізувати економіку та певні досягнення в цьому плані – у 2017 році реальний валовий внутрішній продукт порівняно з 2016 р. збільшився на 2,5% [5], наша країна через низьку інноваційну активність продовжує втрачати конкурентні позиції на світових ринках. А отже досягнута макроекономічна стабільність без активізації інноваційної діяльності та підвищення ефективності управління витратами підприємств не є стійкою.

Особливістю управління інноваційними витратами є те, що їх необхідно постійно і безперервно пристосовувати до умов, які швидко змінюються. У цілому ефективність управління інноваційними витратами підприємства залежить від вміння інноваційного менеджера:

- правильно визначити напрям інноваційного розвитку підприємства;
- на підставі інноваційної спроможності підприємства обрати найефективніший вид інноваційних упроваджень;
- із урахування мети інноваційної діяльності здійснювати коригування бізнес-плану підприємства щодо здійснення інших видів господарської діяльності;
- сформувати ефективний загальний портфель інноваційних проектів, які можуть бути реалізовані підприємством у період впровадження бізнес-плану.

Висновки

Отже, управління інноваційними витратами – це процес, спрямований не лише на максимально ефективне використання усіх видів ресурсів, які є у розпорядженні підприємства, при якому досягається перевищення результатів економічної діяльності над грошовими витратами на її здійснення, але й під час якого відбувається безперервне пристосування витрат на здійснення інноваційної діяльності до сучасних умов, що швидко змінюються. Ефективність управління інноваційними витратами залежить від правильності визначення напрямку інноваційного розвитку підприємства, раціональності обрання виду інноваційних упроваджень, спроможності реалізації підприємством портфеля інноваційних проектів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Лабунська С. В. Управління витратами інноваційної діяльності підприємства: методологія та практика: монографія / С. В. Лабунська – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2014. – 352с.
2. Атамас П. Й. Управлінський облік: навч. посібник / П. Й. Атамас. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 440 с.
3. Турило А.М. Управління витратами підприємства: навч. посібн. / А.М. Турило, Ю.Б. Кравчук, А.А. Турило. — К.: Центр навч. літ-ри, 2006. — 20 с.
4. Козаченко Г. В. Управління затратами підприємства: монографія / Г. В. Козаченко, Ю. С. Погорелов, Л. Ю. Хлапьянов – К.: Лібра, 2007. – 320 с.
5. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Зянько Віталій Володимирович — д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: fk.zank@gmail.com

Дун Чжисей – аспірант кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: 670142846@qq.com

Zyanko Vitalii V. — doctor of economics, Professor, Head of the Department of Finance and innovative management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: fk.zank@gmail.com

Dong Chzhyvei – Postgraduate Student of the Chair of Finance and innovative management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: 670142846@qq.com

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

¹Вінницький національний технічний університет

Анотація

Проаналізовано основні критерії ефективності інноваційної діяльності підприємств, здійснено їх узагальнення та запропоновано систему показників, які забезпечують об'єктивну оцінку якості інноваційних проектів.

Ключові слова: ефективність, інновація, інноваційна діяльність, інноваційний проект.

Abstract

There has been analyzed main criterions of the innovation activity efficiency of enterprises; carried out their generalization; a system of indicators that provide an objective assessment of the quality of innovative projects was provided.

Keywords: efficiency, innovation, innovation activity, innovation project.

Вступ

Промислово розвинені країни всіляко сприяють підвищенню ефективності інноваційної діяльності підприємств і вважають інноваційний розвиток основним пріоритетом державної економічної політики. Основний потік інвестицій в цих країнах спрямовується в інноваційно активні підприємства, які займаються розробкою інноваційних проектів, впровадження яких дозволяє швидко окупити вкладені фінансові ресурси та забезпечити високу конкурентоспроможність не лише цих підприємств, але й загалом економіки країни. Інноваційні підприємства активно створюють мобільне конкурентне середовище, власне самі формують попит на нові товари та послуги, а також в змозі швидко пристосуватися до очікуваних змін вподобань потенційних покупців їхньої інноваційної продукції. Тому питання, які стосуються методів оцінювання ефективності розробки та впровадження інновацій є надзвичайно актуальними як для інвесторів, так і розробників інноваційних проектів.

Проблемам оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємства присвячені роботи таких науковців, В. О. Зубенко, Т. І. Кужда, Л. Я. Малюта, Л. О. Нікіфорова, О. Л. Політанська, Р. В. Скалюк, В. Г. Федоренко, М. В. Чорна та ін., у яких вчені визначають різні критерії, за якими, на їх думку, варто оцінювати економічну ефективність інноваційної діяльності підприємств, однак ряд питань щодо доцільності застосування тих чи інших критеріїв та методів оцінювання являються дискусійними, а тому потребують подальшого дослідження.

Мета статті визначити сукупність критеріїв та показників, які забезпечать комплексний аналіз якості інноваційних проектів та забезпечать об'єктивну оцінку ефективності інноваційної діяльності підприємства.

Результати дослідження

Поняття «економічна ефективність» визначається відношенням отриманого економічного ефекту (результату) до витрат ресурсів, які зумовили отримання цього результату і характеризує результативність економічної діяльності. Відповідно, економічну ефективність від впровадження інноваційних проектів слід, на нашу думку, розглядати як різновид економічної ефективності, результатом якої є комерційний ефект від впровадження господарюючим суб'єктом певних інновацій. Цей показник можна розрахувати відношенням отриманих доходів (прибутку) від конкретного інноваційного проекту до величини фінансових витрат, понесених на придбання для цієї мети матеріальних та інтелектуальних ресурсів.

Більшість науковців [1-4], а також рекомендації Організації об'єднаних націй з промислового

розвитку [5] визначають критерій економічної ефективності в якості головного при оцінці результативності інноваційної діяльності. Однак ряд науковців вважає, що поряд з цим критерієм існує необхідність враховувати і ряд інших показників. Так, Федоренко В. Г. пропонує при оцінюванні інноваційної діяльності обов'язково брати до уваги якісні параметри інновацій; обсяги робіт, виконаних з використанням нових методів; рівень цін; величину тарифів; умови та рівень оплати праці; чинник часу та ризику впровадження інноваційних проектів, а також такий зовнішній фактор прямого впливу на її ефективність, як ринкове конкурентне середовище, в якому перебуває інноваційне підприємство [4]. Зубенко В. О. також вважає, при оцінюванні результативності інноваційної діяльності врахування лише критерія економічної ефективності недостатньо, і пропонує його доповнити показником відповідності рішень, що приймаються підприємством, його довготривалим стратегічним цілям, що дозволить забезпечити конкурентоспроможність підприємств в умовах конкурентної боротьби [6]. Малюта Л.Я. пропонує здійснювати комплексну оцінку ефективності інноваційної діяльності підприємства за допомогою інтегрального показника рівня інноваційного розвитку, який включав би в себе «результат оцінювання основних техніко-економічних показників діяльності підприємства, який ґрунтується на визначенні узагальнюючих показників шляхом застосування системи часткових показників та методу експертного опитування» [7].

У цілому аналіз наукових праць показує, що на сьогодні економістами не вироблено єдиних та чітких критеріїв, за якими слід здійснювати оцінку ефективності інноваційної діяльності підприємств. На наш погляд, при таке оцінювання передбачає врахування окрім критерія фінансово-економічної ефективності, що характеризує науково-технічну, виробничу та фінансово-господарську діяльність підприємства, визначення й інших важливих критеріїв, до яких належать: критерій екологічної та соціальної ефективності, критерій, що вказує на ефективність гуманізації праці, критерій, що дозволяє оцінити систему безпеки та охорони праці, а також маркетингову ефективність. Відповідні цим критеріям показники ефективності інноваційної діяльності підприємства подано у табл. 1.

Таблиця 1. Узагальнена система критеріїв та показників ефективності інноваційної діяльності

№	Критерії	Показники
1	Фінансово-економічна ефективність	Зростання продуктивності праці робітників; підвищення ефективності використання матеріальних та нематеріальних ресурсів; прискорення процесу оборотності обігових засобів; збільшення прибутку від ліцензійної та патентної діяльності, від впровадження винаходів, корисних моделей та ноу-хау, від реалізації нових ідей; зниження собівартості продукції за рахунок впровадження раціоналізаторських ідей та модернізації обладнання; збільшення частки використання позиченого капіталу при інтенсивній інноваційній діяльності, збільшення ефективності показника самофінансування інновацій, підвищення ефективності придбаних у сторонніх осіб результатів НДВКР, підвищення показника рентабельності інвестиційної діяльності, збільшення показника рентабельності реалізованої інноваційної продукції.
2	Екологічна ефективність	Зменшення шкідливого впливу виробничого процесу, пов'язаного з реалізацією інноваційного проекту, на навколишнє середовище; зменшення шкідливих викидів при реалізації проекту в атмосферу, відповідність реалізації інноваційного проекту встановленим законодавством України санітарно-гігієнічним, радіаційним, екологічним та архітектурним нормам.
3	Соціальна ефективність	Зростання рівня оплати праці, покращення участі підприємства у соціальній підтримці працівників, збільшення створених нових робочих місць за рахунок реалізації інноваційних проектів.
4	Ефективність гуманізації праці	Підвищення рівня кваліфікації працівників, підвищення ефективності витрат на навчання персоналу, зниження соціальної напруженості та конфліктності в колективі, збільшення залученості працівників до активної участі в управлінні підприємством.
5	Ефективність системи безпеки та охорони праці	Підвищення відповідності робочих місць санітарно-гігієнічним вимогам, підвищення рівня безпеки та охорони праці на підприємстві, підвищення показника ергономічності виробництва.
6	Маркетингова ефективність	Приріст обсягів продажу товарів (послуг); збільшення ринкової частки реалізованої продукції (послуг); підвищення ефективності реклами.

Примітка: складено авторами на основі джерел [8-10]

Висновки

Отже, підхід до оцінювання ефективності інноваційної діяльності має бути комплексним, тобто здійснюватися не за одним, а за цілою системою взаємопов'язаних критеріїв. Узагальнену систему таких критеріїв та відповідних їм показників ефективності інноваційної діяльності

підприємства подано у табл. 1. З огляду на те, що підприємницька діяльність зорієнтована насамперед на одержання прибутку, а реалізація інноваційних проектів потребує значних коштів; а також враховуючи, що інноваційна діяльність завжди супроводжується різного роду економічними ризиками, – основним критерієм ефективності інноваційної діяльності ми вважаємо критерій фінансово-економічної ефективності інноваційних проектів. За ним, за важливістю, йдуть критерії екологічної та соціальної ефективності, а також ефективності гуманізації праці робітників. Звичайно, що впровадженням будь-якого інноваційного проекту має відбуватися з дотриманням усіх норм з безпеки та охорони праці. Що стосується маркетингової діяльності, то її ефективність варто оцінювати виходячи з того, наскільки вона сприяє загалом фінансово-економічному розвитку та підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Політанська О. Л. Економічне оцінювання інноваційної продукції машинобудування у випадку ануїтетів / О. Л. Політанська // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2009. – № 611. – С. 48-53.
2. Кавецький В. В. Економічне обґрунтування інноваційних рішень: навчальний посібник / В. В. Кавецький, І. В. Причеп, Л. О. Нікіфорова – Вінниця: ВНТУ, 2016. – 113 с.
3. Спіфанова І. Ю. Управління інноваційною діяльністю вітчизняних підприємств / Спіфанова І. Ю. // Вісник Хмельницького національного університету. Серія "Економічні науки". – 2014. – № 3, Т.1. – С. 56-59.
4. Спіфанова І. Ю. Інноваційна діяльність підприємств та її фінансове забезпечення в умовах трансформаційних змін економіки України : монографія / В. В. Зянько, І. Ю. Спіфанова, В. В. Зянько – Вінниця: УНІВЕРСУМ – Вінниця, ВНТУ, 2015. – 172 с.
5. Шершенюк О. М. Оцінка інтегрального ефекту від впровадження інновацій: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.02.02 «Економіка та управління науково-технічним прогресом» / О. М. Шершенюк. – Харків, 2006. – 20 с.
6. Зубенко В. О. Визначення пріоритетності реалізації інноваційних проектів / В. О. Зубенко // Науково-технічний збірник «Комунальное хозяйство городов». – 2008. – № 80. – С. 38–45.
7. Малюта Л. Я. Оцінювання рівня інноваційного розвитку промислового підприємства / Малюта Л. Я. // Соціально-економічні проблеми і держава [Електронний ресурс]. – 2011. – Вип. 1 (4). – Режим доступу до журн.: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11mlyrpp.pdf>
8. Чорна М. В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств : монографія / М. В. Чорна, С. В. Глухова. – Харків : ХДУХТ, 2012. – 210 с.
9. Кужда Т. І. Соціально-економічне оцінювання та планування інноваційного розвитку машинобудівних підприємств : автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» (за видами економічної діяльності) / Кужда Т. І. – Львів, 2009. – 23 с.
10. Нікіфорова Л. О. Управління процесами прийняття інноваційних рішень в сфері high technologies : навчальний посібник / Л. О. Нікіфорова, А. А. Шиян – Вінниця : ВНТУ, 2018. – 87 с.

Зянько Віталій Володимирович — д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: fk.zank@gmail.com

Дун Сін'їн – аспірант кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: dongxinying19891117@gmail.com

Zyanko Vitalii V. — doctor of economics, Professor, Head of the Department of Finance and innovative management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: fk.zank@gmail.com

Dong Xinying — Postgraduate Student of the Chair of Finance and innovative management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: dongxinying19891117@gmail.com

ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ПРИРОДНИХ МОНОПОЛІЙ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ В СУАСНИХ РЕАЛІЯХ

¹ Вінницький національний технічний університет;

Анотація

Досліджено проблемні питання державного регулювання діяльності суб'єктів природних монополій в Україні. Доведено необхідність удосконалення системи регулювання природних монополій, визначено пріоритети і механізми антимонопольного регулювання.

Ключові слова: монополія, природна монополія, конкуренція, державне регулювання.

Abstract

The problem issues of state regulation of activity of subjects of natural monopolies in Ukraine are investigated. The necessity of improving the system of regulation of natural monopolies is proved, priorities and mechanisms of antimonopoly regulation are determined.

Keywords: monopoly, natural monopoly, competition, state regulation.

Вступ

Регулювання діяльності суб'єктів природних монополій відіграє важливу роль у забезпеченні добробуту населення та функціонування національної економіки. Від надійності надання послуг саме суб'єктами господарювання природних монополій суттєво залежить стан української економіки. Надмірно високі ціни/тарифи на послуги суб'єктів природних монополій сприяють подорожчання вітчизняної продукції, зниженню її конкурентоспроможності. Тому виникає необхідність жорстко контролювати їх діяльність, видавати ліцензії на здійснення ними діяльності, аналізувати ситуацію у цих сферах, накладати штрафні санкції за їх порушення та вживати заходів щодо відокремлення діяльності суб'єктів природних монополій від діяльності, що може здійснюватися на конкурентних засадах.

Головною метою статті є дослідження природних монополій на території України та виявлення основних проблем їх державного регулювання.

Результати дослідження

Згідно визначення ст. 1 Закону України «Про природні монополії» природна монополія – це стан товарного ринку, за якого задоволення попиту на цьому ринку є більш ефективним за умови відсутності конкуренції внаслідок технологічних особливостей виробництва (у зв'язку з істотним зменшенням витрат виробництва на одиницю продукції в міру збільшення обсягів виробництва), а товари (послуги), що виробляються суб'єктами господарювання, не можуть бути замінені у споживанні іншими, у зв'язку з чим попит на цьому товарному ринку менше залежить від зміни цін на такі товари, ніж попит на інші товари (послуги), - вважається природною монополією [1].

Станом на 31.12.2018 року зведений перелік суб'єктів природних монополій в Україні включає 142 суб'єкти господарювання, з них 36 суб'єктів регулюються Мінінфраструктури та 106 Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сфері енергетики та комунальних послуг [2].

Предметом регулювання діяльності суб'єктів природних монополій є:

- ціни (тарифи) на товари, що виробляються (реалізуються) суб'єктами природних монополій;
- доступ споживачів до товарів, що виробляються (реалізуються) суб'єктами природних монополій;
- інші умови здійснення підприємницької діяльності у випадках, передбачених законодавством.

В Україні, як у більшості країн, природні монополії наділені особливими привілеями в обмін на право уряду регулювати їхні дії з метою недопущення зловживання монопольною владою. До

природних монополій належать підприємства: комунального обслуговування, електро-, газо-, водопостачання, зв'язку, кабельного телебачення, окремих галузей транспорту тощо.

Держава вважається необхідним співучасником усіх інноваційних процесів, які відбуваються всередині природної монополії. Велике значення має необхідність створення відповідного сучасним економічним умовам механізму стабілізуючого впливу і стратегії інноваційного розвитку природної монополії.

Стратегія інноваційного розвитку природної монополії передбачає використання наступних інструментів:

- створення системи довгострокового планування, в тому числі прийняття стратегічних рішень щодо інноваційної діяльності природної монополії, взаємопов'язаних з інноваційною політикою державного сектора і перспективами розвитку народного господарства країни в цілому;
- забезпечення умов господарювання, що дозволяють конкурентному сегменту природної монополії в рамках встановлених норм і правил здійснювати інноваційну діяльність, спрямовану на максимізацію прибутку і збільшення капіталізації даного ринку [3].

В українській економіці природні монополії присутні в інфраструктурних галузях, як правило, у формі вертикальних об'єднань (як великі вертикальні інтегровані підприємства, що охоплюють всю виробничо-технологічний ланцюжок і більшу частину галузі, так і мережеві підприємства, що становлять ядро галузі).

Галузі природних монополій на сьогоднішній день є одними з найбільш прибуткових галузей економіки. Природні монополії в якості великих опор для стабільної і конкурентоспроможної економіки здатні виконувати роль драйверів в процесі подолання наявних економічних проблем для забезпечення сталого функціонування і подальшого розвитку реального сектора, а також вирішення цілого ряд соціальних проблем.

Природні монополії держави є визначальним сектором, який міцно встановився в національній економіці і часто неправомірно користується своїм монопольним становищем на внутрішньому ринку. Існуючий спосіб формування цін і тарифів дозволяє природним монополіям збільшувати розміри необхідних витрат і самостійно встановлювати монопольні ціни відповідно до чинних способів державного регулювання цін і тарифів, а також отримувати надприбуток.

Природні монополії в нашій країні результативно використовують досвід розвинених країн, в яких вже існує практика організаційного відділення діяльності суб'єктів природних монополій від суміжних ринків. У цих країнах реформи привели до зміни правового статусу природної монополії, до нової співпраці з державою і появи нових ринкових структур.

Типовою тенденцією є реформування і приватизація державних вертикально-інтегрованих компаній. Якщо раніше приватна власність впроваджувалася, в першу чергу, у сфері видобутку, то сьогодні приватизація часто починається з поставки. Зростає число країн, де споживачі мають можливість вибирати постачальника газу. У багатьох країнах триває процес перегляду або навіть відмови від довгострокових контрактів з гарантованими для постачальників цінами і обсягами (так звані угоди take-or-pay) [4].

Питанню впливу природних монополій на економіку будь-якої країни приділяється багато часу як з боку держави, так і з боку дослідників. Дані підприємства займають провідне становище в забезпеченні сталого розвитку української економіки і є об'єктом регулювання держави. Зазвичай, компанії, які належать до природних монополій, діють в найбільш значущих галузях життєзабезпечення суспільства. А галузі, що розглядаються як природні монополії, неоднорідні і містять ряд підгалузей, які не включають в себе ознаки природних монополій.

Необхідно враховувати і той факт, що механізми регулювання природних монополій в різних країнах досить сильно відрізняються внаслідок наявних особливостей розвитку ділового середовища. Це, в свою чергу, ускладнює вибір моделі реформування, зважаючи на складнощі, які обумовлені падінням світових цін на енергоносії і гірничодобувну сировину, і труднощі залучення іноземних інвестицій для модернізації технологічних процесів.

Отже, постійне зростання цін на послуги інфраструктури природних монополій для забезпечення ефективності її функціонування стримується потребою забезпечення стійкого розвитку національної економіки і людського капіталу, а також конкурентоспроможності вітчизняних виробників на зовнішньому і внутрішньому ринку.

Використання інноваційних механізмів управління інфраструктурою обумовлює необхідність не

тільки виділення природних монополій з конкурентної сфери, а й отримання усіма організаціями споживачів їхніх послуг від регулюючих органів достовірної і вичерпної інформації стосовно структури цін виробників і їх суміжників, а також права, за прикладом ФРН, повертати ціни на колишній рівень при їх не обґрунтованому і значному зростанні.

Нормативною базою управління інфраструктурою природних монополій повинні бути соціальні стандарти і технологічні нормативи, стійкий законодавчо закріплений інструментарій визначення тарифів, податкове стимулювання ресурсів енергозбереження.

Функціонування і розвиток природних монополій сьогодні слід розглядати як фактор вступу країни в глобальну економіку і пристосування її господарської системи до нових умов функціонування світової економіки.

Висновки

Природні монополії створюються в інфраструктурних галузях національної економіки і дозволяють вирішувати гострі внутрішні суперечності в національній системі виробництва країни, забезпечують необхідні умови для нормального функціонування економіки. Природні монополії формують власну інфраструктуру і фінансову систему, які є основою життєздатності країни. Таким чином, вони є основою соціальної стабільності суспільства.

Позитивна роль природних монополій в економіці України полягає також в тому, що вони: допомагають розв'язанню суперечностей, що виникають між окремими суб'єктами господарювання, забезпечуючи їх природними ресурсами і каналами зв'язку; формують умови для розвитку інших секторів економіки, чим сприяють створенню робочих місць; є одним з основних джерел доходів для державного і регіональних бюджетів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Про природні монополії: Закон України від 20.04.2000 № 1682-III. - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Офіційний сайт Антимонопольного комітету України. Зведений перелік суб'єктів природних монополій [електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/84960>
3. Лагутін В. Д., Боровик Ю. І. Пріоритети цінового (тарифного) регулювання природних монополій в Україні // В. Д. Лагутін, Ю. І. Боровик / Економіка України. — 2013. — №. 7. — С. 44—58
4. Закон України від 20.04.2000 №1682-III «Про природні монополії» — 2016 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: rada.gov.ua
5. Задихайло Д. В. економічна політика держави в системі правового і законодавчого забезпечення / Д. В. Задихайло // Вісник національної академії правових наук України. — 2013. — №3. — С. 214–221.

Марія Олександрівна Гайдей – аспірантка кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: gaidei.mascha@yandex.ua

Науковий керівник: **Зянько Віталій Володимирович** – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Haidei Mariy O. - Postgraduate Student of the Chair of Finance and innovative management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: gaidei.mascha@yandex.ua

Supervisor: **Zyanko Vitalii V.** — doctor of economics, Professor, Head of the Department of Finance and innovative management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

ТЕОРЕКТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Систематизовано підходи до формування механізму управління фінансовою стійкістю машинобудівних підприємств для підвищення ефективності їхньої діяльності.

Ключові слова: фінансова стійкість підприємства, управління фінансовою стійкістю, механізм управління, ефективність діяльності

Abstract

Approaches to the formation of a mechanism for managing the financial stability of machine-building enterprises are systematized in order to increase the efficiency of their activities.

Keywords: financial stability of the enterprise, management of financial stability, management mechanism, efficiency of activity

Вступ

У сучасних умовах розвитку ринкового середовища фінансова стійкість набуває все більш важливого значення оскільки вона виступає умовою життєдіяльності й основою стабільного стану будь-якого підприємства. Забезпечення сталого виробництва та високих продажів, збільшення прибутку в порівнянні з витратами та ефективне використання фінансів, виступають запорукою фінансової стійкості підприємства. Проте, існування перманентних кризових явищ, що відбуваються як на світовому, так і на вітчизняному економічному просторі, а також зміни в економічній, політичній та соціальній сферах негативно впливають на процеси фінансування підприємств реального сектору економіки, що не може не позначитися на їх фінансовій стійкості, виникає потреба постійного оцінювання суб'єктами господарювання своєї діяльності задля збереження можливості конкурувати на ринку. Це потребує розробки механізму удосконалення та управління фінансовим станом підприємства для підвищення ефективності його діяльності, адже значна кількість існуючих в Україні машинобудівних підприємств має незадовільний фінансовий стан, що пояснюється неправильною структурою капіталу, нестачею оборотних коштів тощо.

Питання, пов'язані із фінансовою стійкістю, розглядаються такими вченими як: О. В. Грачова, І. М. Бурденко, В. В. Смачило, О. Ю. Литовченко, Г. В. Савицька, А. М. Поддєрьогін, О. О. Терещенко, Л. О. Коваленко, Р. В. Руда, Н. В. Бугас, Б. Є. Грабовецький, Н. М. Притуляк і ін.

Мета даної роботи полягає в систематизації підходів до побудови механізму управління фінансовою стійкістю.

Результати досліджень

Необхідність забезпечення достатнього рівня фінансової стійкості машинобудівних підприємств належить до кола найбільш важливих фінансових проблем. Вона визначається ступенем забезпечення запасів і витрат власними та позиковими джерелами їх формування, співвідношенням обсягів власних і позикових коштів. Проте беззаперечною умовою існування достатнього рівня фінансової стійкості є формування такого стану фінансових ресурсів, їх розподіл і використання, який здатний був би забезпечити розвиток підприємства на основі зростання прибутку і капіталу, при збереженні платоспроможності і кредитоспроможності в умовах допустимого рівня ризику. Таким чином, можна сформулювати визначення, що фінансова стійкість – це така характеристика фінансового стану підприємства, що залежить і впливає на усі сфери його діяльності, забезпечуючи реалізацію стратегій розвитку і досягається на основі ефективного управління капіталом та рухом коштів, що дозволяє стабільно розвиватися в існуючих ринкових умовах у довгостроковій перспективі.

Управління фінансовою стійкістю – це ефективна діяльність, яка дає змогу підприємству адаптуватися до умов зовнішнього середовища та контролювати ступінь його незалежності від зовнішніх джерел фінансування. Для цього необхідна побудова механізму забезпечення фінансової стійкості підприємства з метою організації ефективної системи взаємодії всіх елементів, які беруть участь у процесі управління фінансовою стійкістю підприємства, адже погіршення рентабельності, оборотності активів, платоспроможності, зростаючий рівень банкрутства вітчизняних підприємств

спонукають до пошуку шляхів, що можуть позитивно виправити ситуацію та підвищити їх загальний фінансовий стан.

Механізм забезпечення фінансової стійкості слід визначити як систему форм, методів, прийомів, важелів, норм і нормативів, а також нормативно-правового, інформаційного, програмно-технічного та кадрового забезпечення, за допомогою яких на підприємстві досягається такий стан фінансових ресурсів, їх формування, розподілу та використання, що дозволяє підприємству розвиватися на основі зростання прибутку та капіталу при збереженні платоспроможності та кредитоспроможності в умовах допустимого рівня ризику [1, с. 592].

Механізм управління фінансовою стійкістю підприємства є частиною загальної системи управління підприємством, що забезпечує вплив на чинники, від яких залежить загальний результат діяльності суб'єкта господарювання (див.рис. 1).



Рисунок 1 - Основні складові механізму управління фінансовою стійкістю підприємства (складено за даними [1-7])

Механізм оцінки фінансової стійкості підприємства базується на наступних принципах [2]:

- 1) принцип транспарентності – передбачає, що інформація про фінансову стійкість підприємства має бути доступною, адже сьогодні до неї належить лише публічна фінансова звітність;
- 2) принцип конструктивності визначається метою оцінювання фінансової стійкості підприємства (експрес або поглиблена оцінка);
- 3) принцип системності полягає у використанні системного аналізу для оцінювання фінансової стійкості підприємства;

4) принцип безперервності передбачає, що фінансово-господарська діяльність підприємства здійснюється постійно у кожному виробничому циклі;

5) принцип динамічності характеризується впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на фінансово-господарську діяльність підприємства;

6) принцип об'єктивності враховує вплив факторів економічного середовища на фінансову стійкість підприємства відповідно до дійсності;

7) принцип оптимальності спрямований на вибір найефективніших шляхів забезпечення фінансової стійкості підприємства;

Виходячи із запропонованої системи управління фінансовою стійкістю машинобудівних підприємств, метою зазначеного механізму є формування такого управління фінансовою стійкістю підприємства, яке повинно забезпечувати рівновагу між внутрішньою системою промислового підприємства та його зовнішнім середовищем, враховуючи збереження цілісності в процесі структурних змін, виконання функціональних дій і розширеного відтворення капіталу.

ВИСНОВКИ

Отже, дослідження фінансової стійкості машинобудівних підприємств є основою забезпечення їх сталого розвитку, оскільки є відображенням стабільного перевищення доходів над витратами, забезпечує вільне маневрування коштами підприємства і шляхом ефективного їх використання, сприяє безперебійному процесу виробництва і реалізації продукції, можна стверджувати, що за умови вдосконалення фінансово-економічного механізму управління діяльністю підприємств, стане можливим досягнення довгострокових цілей, а також стабілізації та підвищення рівня конкурентоспроможності національної економіки на світовому ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Білик М. Д. Фінансовий аналіз: навч. посібник / М. Д. Білик, О. В. Павловська, Н. М. Притуляк, Н. Ю. Невмержицька. – К.: КНЕУ, 2015. – 592 с.
2. Шаблиста А. М. Фінансова стійкість підприємства: сутність та методи оцінки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ief.org.ua>.
3. Гарасюк О. А., Богачевська К. В. Удосконалення поняття управління фінансовою стійкістю / О. А. Гарасюк, К. В. Богачевська // Економіка і регіон. – 2012. – № 3(34). – С. 228-232.
4. Єлецьких С. Я. Удосконалення процесу управління фінансово стійким розвитком промислового підприємства / С. Я. Єлецьких // Економіка промисловості. – 2012. – № 3-4(59-60). – С. 74-80.
5. Єпіфанова І. Ю. Формування стратегії розвитку підприємства в сучасних умовах [Текст] / І. Ю. Єпіфанова, М. Ю. Дзюбо // Вісник ОНУ ім. І. І. Мечнікова. – 2017. – Т. 22, вип. 2 (55). – С. 99-103.
6. Джеджула В. В. Напрями підвищення ефективності діяльності підприємств молочної галузі [Текст] / В. В. Джеджула, І. Ю. Єпіфанова, М. Ю. Дзюбо // Інвестиції: практика та досвід. – 2018. – № 11. – С. 12-14.
7. Єпіфанова І. Ю. Фінансовий аналіз та звітність [Текст] : практикум / І. Ю. Єпіфанова, В. В. Джеджула. – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 143 с.

Савельєва Аліна Олександрівна – студентка групи МОф-15б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: savielieva.alina@gmail.com

Науковий керівник: **Ірина Юрївна Єпіфанова** – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Alina O. Savielieva – Department of finance and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: savielieva.alina@gmail.com

Supervisor: **Irina Yu. Yepifanova** – Cand. Sc. (Econ), Assistant Professor of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі досліджено процес формування механізму управління фінансовою стійкістю підприємств.

Ключові слова: підприємство, фінансова стійкість, фінансові результати, управління

Abstract

This article considers the mechanism process forming of enterprise managing financial sustainability.

Keywords: enterprise, financial firmness, financial results, profitability, efficiency, management

Вступ

Успіх сучасних підприємств багато в чому залежить від удосконалення методів управління їх діяльністю. Найперше це стосується однієї з основних складових діяльності – фінансової сфери. Від її стану в значній мірі залежить ефективність функціонування підприємства та перспективи його розвитку. Тому управління підприємством повинно бути ефективним, тобто забезпечувати йому конкурентоспроможність на ринку та інвестиційну привабливість, одним із елементів якої є фінансова стійкість. Таким чином, вдосконалення процесу управління фінансовою стійкістю підприємства є необхідною умовою ефективної роботи підприємства.

Фінансова стійкість є об'єктом вивчення відомих вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких: Г.В. Савицька, О.О. Оржинська, О.Є. Журавльова, Є.Ю. Антипенко, С. Майерс, Л. Бернстайн, Б. Коласс, Дж. Робертс та інших.

Мета даної роботи – систематизація підходів до процесу формування механізму управління фінансовою стійкістю підприємства.

Результати дослідження

Сьогодні в умовах динамічних змін ринкової економіки фінансово стійким можна вважати таке підприємство, яке не просто підтримує мінімальний рівень платоспроможності, а й формує потенціал майбутнього розвитку, тобто набуває інвестиційної привабливості [1].

Механізм управління фінансовою стійкістю підприємства є частиною загальної системи управління підприємством, що забезпечує вплив на чинники, від яких залежить загальний результат діяльності суб'єкта. Головною метою механізму забезпечення фінансової стійкості підприємств є досягнення фінансової безпеки та стабільності їх функціонування і розвитку в поточному та перспективному періодах [2].

Процес формування механізму управління фінансовою стійкістю становить послідовність етапів (рис.1). На першому етапі встановлюються:

- об'єкти – діяльність підприємства або його окремого підрозділу, певний виробничий процес, фінансова діяльність, прибуток, фінансові ресурси;
- суб'єкти – керівники вищої ланки, фінансові менеджери, фінансові служби і відділи, аналітики з фінансової безпеки;
- мета – забезпечення оптимального рівня фінансової стійкості підприємства.

На другому етапі оцінюється поточного стану та рівень фінансової стійкості, визначаються та оцінюються чинників, що впливають на елементи управління. На третьому етапі застосовуються інструментарій управління фінансовою стійкістю: засоби, методи, важелі, способи здійснення. На четвертому етапі узгоджуються цілі розробленої стратегії із загальною стратегією. П'ятий етап – відповідно реалізації самої стратегії. Для її реалізації керівникам необхідно мати набір методик та моделей, на основі яких приймати найбільш доцільні рішення. Успіх реалізації розробленої стратегії підприємства залежить певною мірою від діючої системи контролю. На заключному шостому етапі

здійснюється аналіз фінансової стійкості підприємства, контроль за виконанням завдань та досягнення мети діяльності підприємства.

Спільним для кожного етапу розроблення механізму управління фінансовою стійкістю є використання відповідних інструментів, тому при розробленні схеми механізму управління доцільно визначити для кожного етапу процесу управління конкретний інструментарій, який може бути використано [3].

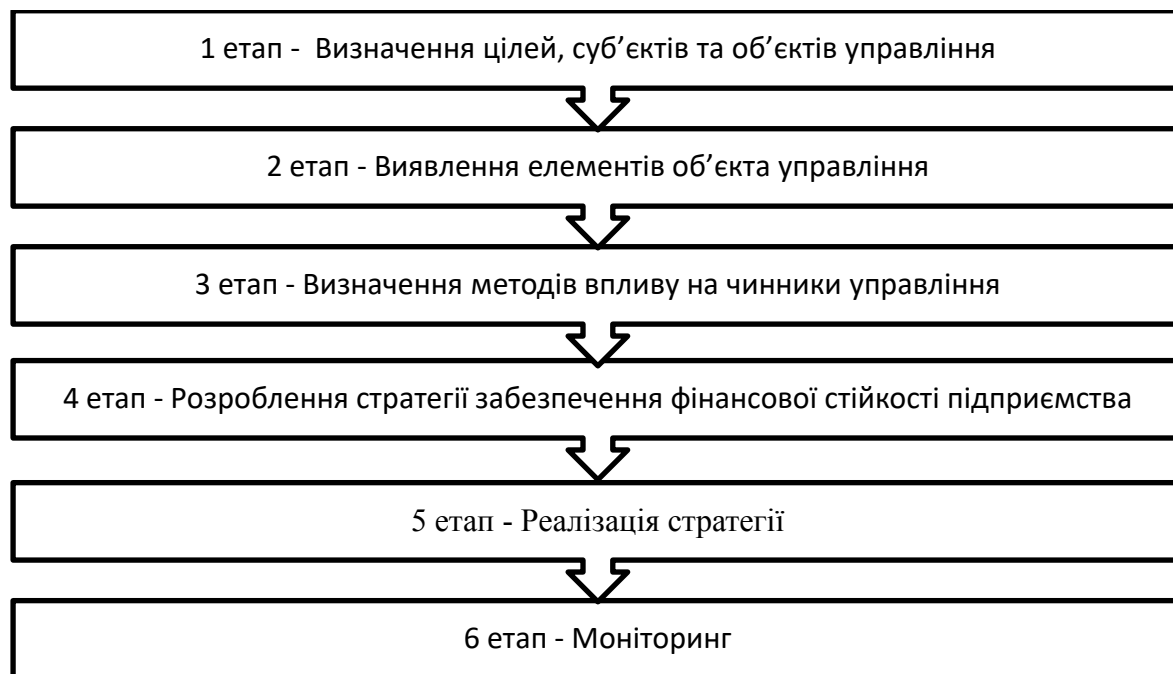


Рисунок 1 - Послідовність етапів розроблення механізму управління фінансовою стійкістю підприємства (складено за даними [3-6])

Формування механізму управління фінансовою стійкістю дозволить керівникам використовувати його для забезпечення стабільного функціонування та прогнозування розвитку підприємства в майбутньому.

Успішне функціонування механізму управління фінансовою стійкістю підприємств можливе лише за умови реалізації зваженої політики управління власними оборотними коштами; активної участі пайовиків у діяльності кооперативних підприємств; вибору ефективної політики управління грошовими потоками; організації внутрішнього фінансового контролю на підприємстві [4].

Висновки

Отже, одним із пріоритетних завдань для підприємств є забезпечення його фінансової рівноваги в процесі діяльності. Ефективне управління підприємством неможливе без використання механізму управління фінансовою стійкістю, тому у даній роботі ми систематизували процес формування механізму управління фінансовою стійкістю, що дозволить менеджерам використовувати його для забезпечення стабілізації та підвищення рівня конкурентоспроможності національної економіки на світовому ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Журавльова О.Є. Фінансова стійкість підприємства: теорія і практика / О.Є Журавльова // Формування ринкової економіки. Збірник наукових праць. – 2009. – Вип. 22. – С. 523–536.
2. Геращенко І.О. Войтенко А.Ю. Інноваційні методи управління фінансовою стійкістю підприємства / І.О.Геращенко, А.Ю, Войтенко // Вісник економіки транспорту і промисловості.– Харків Укртранс., 2012 – С.137-142

3. Філонич О. М. Управління фінансовою стійкістю підприємства / О. М. Філонич, Я. О. Дряпак // Економіка і регіон. - 2012. - № 1. - С. 199-202. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrig_2012_1_35

4. Механізм управління фінансовою стійкістю підприємства / І. О. Геращенко // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки). – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2017. - № 24(1246). - С. 124-128.

5. Єпіфанова І. Ю. Власний капітал у системі фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємств / Єпіфанова І. Ю. // Проблеми економіки. – 2016. – №3. – С. 239–244.

6. Єпіфанова І. Ю. Фінансовий аналіз та звітність : практикум / Єпіфанова І. Ю., Джеджула В. В. – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 143 с.

Світлана Анатоліївна Зваричук – студентка групи МОф-15б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: svzv1702@gmail.com

Науковий керівник: **Ірина Юріївна Єпіфанова** – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Svitlana A. Zvaryshchuk – Department of finance and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: svzv1702@gmail.com

Supervisor: **Iryna Yu. Yepifanova** – Cand. Sc. (Eng), Assistant Professor of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

МІСЦЕ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі розглянуто теоретичні аспекти, сутність та значення стратегічного планування. Наведено переваги та недоліки застосування стратегічного планування на підприємстві та зроблено висновки щодо ефективності стратегічного планування.

Ключові слова: стратегічне планування, конкуренція, планування, управління, стратегічний менеджмент.

Abstract

The paper deals with the theoretical aspects, the essence and significance of strategic planning. The advantages and disadvantages of using strategic planning in the enterprise and conclusions about the effectiveness of strategic planning are presented.

Keywords: strategic planning, competition, planning, management, strategic management.

Вступ

В наш час економіка України характеризується погіршенням стану господарської діяльності підприємств і зазнає кризових явищ. Керівництво компаній повинно знаходити нові концепції управління, що сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності. Такою концепцією для української економіки є стратегічне управління, основа якого — стратегічне планування, що являється єдиним способом формального прогнозування майбутніх проблем і можливостей. Для того, щоб стратегічне планування на підприємстві здійснювалось ефективно, необхідно дослідити його значущість в процесі управління підприємством.

Теоретичні та практичні аспекти стратегічного планування в управлінні підприємством розглядалися у працях вітчизняних і зарубіжних вчених : Р. Акофф, І. Ансофф, В. Архіпов, В. Бабич, О. Віханський, Г. Висоцький, В. Герасимчук, П. Друкер, А. Томпсон, В. Єфремов, О. Кузьмін, Л. Мельник, В. Пономаренко, М. Бондаренко, С. Попов, З. Шершньова, О. Ястремська та інші.

Метою даного дослідження є узагальнення особливостей та складових процесу стратегічного планування в процесі розробки перспективних варіантів розвитку підприємства.

Виклад основних результатів дослідження

Для того щоб підприємство відчувало стабільність на ринку, йому необхідно використати саме метод стратегічного планування, так як він дозволяє спрогнозувати майбутні події та завчасно підготуватися до них, забезпечити досягнення підприємством успіху та укріпленню конкурентних позицій на ринку.

У літературі існують різні підходи до визначення поняття «стратегічне планування», а саме : на думку американського вченого А. Чандлера стратегічне планування — це визначення головних довгострокових цілей і завдань підприємства, прийняття на пряму дій та розподіл ресурсів, необхідних для виконання встановлених цілей [2]. А. Томпсон з'ясував, що стратегічне планування — це планова робота, яка включає розробку прогнозів, програм та планів, в яких передбачаються цілі та стратегії поведінки об'єктів управління в перспективі, які дозволяють цим об'єктам ефективно функціонувати та швидко пристосовуватись до змін умов зовнішнього середовища [1]. Найбільш детально проаналізувати дане поняття змогли саме О. Сумець і М. Бондаренко, оскільки визначили, що стратегічне планування — це вид управлінської діяльності, пов'язаний з розробкою стратегій на основі набору дій і рішень (що приймаються керівництвом), спрямованих на досягнення цілей підприємства, що підтверджує необхідність розробки і формування на підприємстві стратегічного набору, як реального інструменту управління [5].

Як відомо, розвиток підприємства — це освоєння нових ринків, випуск нових видів продукції, впровадження нової техніки і технологій, визначення оптимальної моделі використання ресурсів, виконання цих завдань потребує втручання дій стратегічного характеру, розробка яких є предметом

стратегічного планування. Запровадження стратегічного планування також пов'язано з необхідністю реакції на зміни середовища функціонування підприємства, необхідністю забезпечення конкурентних переваг, розвитку зовнішньоекономічних зв'язків тощо .

Метою стратегічного планування є пошук можливостей та шляхів ефективного функціонування підприємства в довгостроковій перспективі . Саме українським підприємствам важче застосувати концепцію стратегічного планування. Одразу можемо відмітити фактори , які суттєво стримають застосування концепції [2]:

- нерозвиненість теоретичних та методологічних засад розробки планів;
- неспроможність виробничо-управлінської системи сприймати вимоги зовнішнього та внутрішнього середовища та адекватно реагувати на них застосовуючи систему управління;
- низька кваліфікація персоналу та керівників планових служб;
- брак коштів для впровадження інноваційних процесів, що пов'язане зі складними умовами господарювання.

Також необхідно знати основні складові процесу стратегічного планування. Він охоплює такі елементи: аналітичні дії, ціле утворення , розробка стратегій, контроль реалізації стратегічного плану та оцінка.

Кожен елемент комплексу стратегічного планування складається з відповідних компонентів , поєднання яких дає можливість здійснювати процес стратегічного планування . Процес стратегічного планування — це послідовність взаємопов'язаних етапів, кожен з яких характеризується певними управлінськими діями та використанням специфічного методичного інструментарію. У процесі стратегічного планування залежно від прийнятого підходу виокремлюється від чотирьох до дев'яти етапів, кількість яких визначено за компонентами комплексу стратегічного планування або за їх елементами [1].

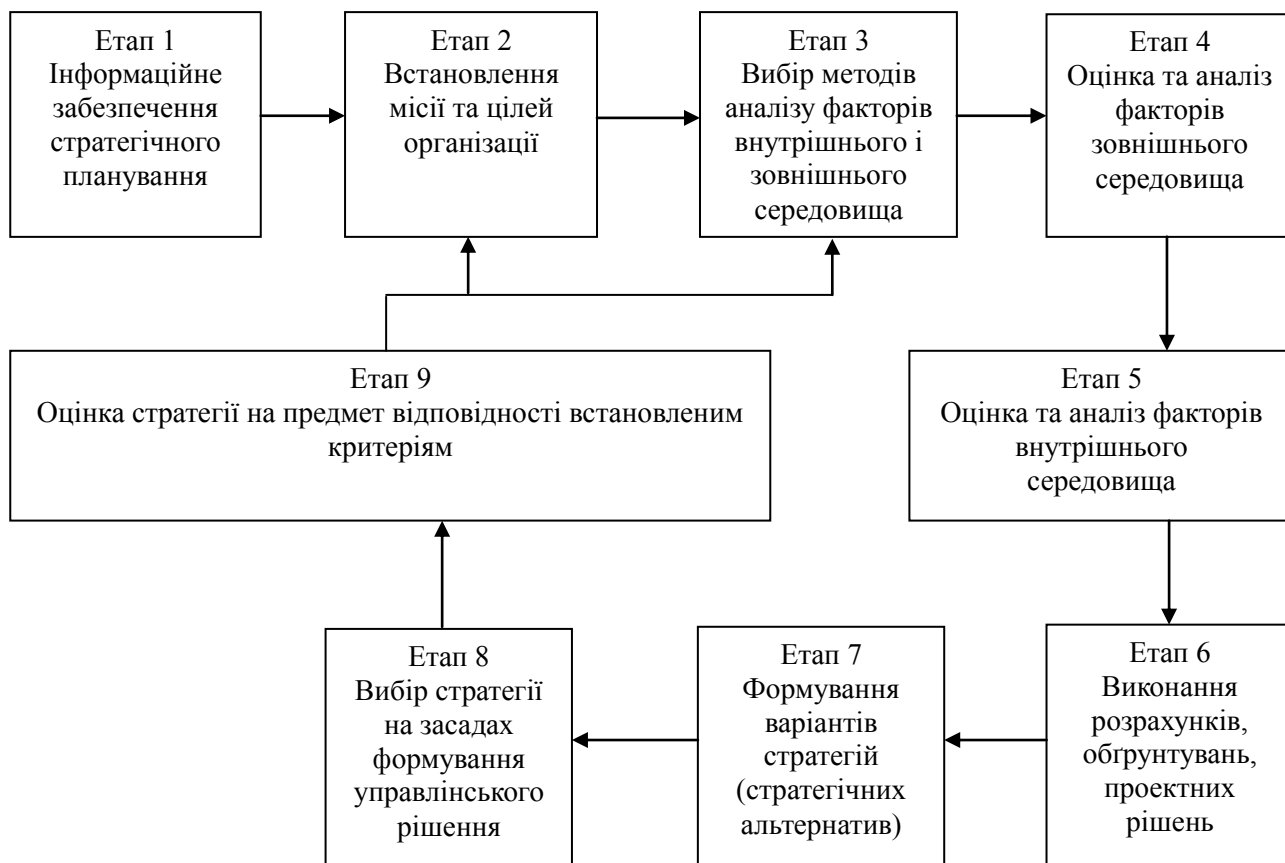


Рисунок 1 – Етапи процесу стратегічного планування (складено за даними [1-8])

На сучасному етапі входження України до загальноєвропейських та регіональних структур практично всі вітчизняні підприємства постають перед питанням: чи варто застосовувати стратегічне планування, чи приносить воно бажані результати. Щоб однозначно розв'язати будь-які сумніви, варто розглянути переваги та недоліки стратегічного планування.

Стратегічне планування має такі переваги [3]:

- дає змогу керівникам мислити стратегічно та перспективно;
- веде до чіткої координації зусиль управлінської ланки на різних рівнях організаційної структури;
- змушує керівництво визначити конкретні завдання всіх структурних підрозділів;
- сприяє посиленню взаємозв'язків та комунікацій між усіма ланками інноваційного управління, між спеціалістами та керівниками і т.д.;
- зменшує до мінімуму негативних наслідків змін;
- дає можливість врахувати зовнішні та внутрішні фактори, що призвели до певних змін.

Разом з перевагами, розглянемо ряд недоліків, які обмежують застосування стратегічного планування [3]:

- стратегічне планування не в змозі дати детального опису майбутнього підприємства, так як описується стан до якого повинна прямувати організація в майбутньому;
- для здійснення процесу планування потрібно витратити значний обсяг ресурсів та часу;
- помилки які можуть бути допущені при стратегічному плануванні призведуть до більш негативних наслідків;
- відсутність альтернативних планів;
- стратегічне планування повинно бути доповнено механізмами реалізації стратегічного плану, тобто ефект можливий не від планування, а від стратегічного управління.

Поняття стратегічний менеджмент тісно пов'язане з поняттям стратегічного планування. Можна сказати, що стратегічний менеджмент складається із комплексу стратегій, спрямованих на довготривале існування та розвиток підприємства, певний комплекс дій за допомогою яких підприємство зможе швидко відреагувати на зовнішні чинники впливу. Процес стратегічного планування є інструментом, який допомагає підвищити надійність управлінських рішень. Його головне завдання — обґрунтування нововведень і змін у діяльності підприємства [1].

Більш поглиблене вивчення стратегічного менеджменту, планування та удосконалення зовнішньоекономічної діяльності являються об'єктивно необхідними для підприємств. Це зумовлено насамперед [4]:

- прагненням функціонуючих в умовах глобалізації підприємств, отримати додатковий прибуток використовуючи переваги міжнародної праці та міжнародної економічної інтеграції;
- передбачити несприятливі дії зовнішніх факторів, які можуть відбутися на світовому ринку;
- бажанням прогнозувати своє майбутнє. Потрібно з'ясувати яким буде ринок, чого чекають споживачі, які його можливості для покращення експортного потенціалу, об'єму продаж і т.д.

В процесі стратегічного планування перше місце посідає формування стратегічного набору підприємства, який складається із переліку стратегій, тобто це прийняті керівництвом напрями і способи діяльності для досягнення довгострокових цілей розвитку підприємства. Можна сказати, що стратегічне планування є основою ефективного стратегічного менеджменту зовнішньоекономічної діяльності. Завдяки чому підприємство зможе перевірити правильність запланованих дій, які значною мірою вплинуть на його діяльність. В свою чергу чітко обґрунтований стратегічний менеджмент надасть можливість реорганізувати та децентралізувати процеси шляхом побудови організаційних структур з меншою кількістю рівнів управління.

Висновки

Отже, стратегічне планування відіграє важливу роль в управлінні та розвитку підприємства, визначаючи головні завдання, кроки та ресурси, які будуть необхідні для підвищення ефективності підприємства в процесі його становлення та функціонування на ринку.

Провівши дослідження можна визначити основні компоненти стратегічного планування в управлінні та розвитку підприємства:

1. Систематичний аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища;
2. Пошук стратегічних цілей та орієнтирів;
3. Визначення стратегії їх досягнення;
4. Розробка стратегічного плану їх досягнення.

На підставі розглянутих елементів стратегічного планування можна сказати, що воно не є рішенням усіх проблем для підприємств. Потрібно розуміти, що стратегічне планування створює міст у майбутнє і використовується для переходу організації від того, якою вона є на даний момент, до того, якою вона хоче стати. З приводу цього П. Друкер зазначав, що стратегічне планування — це не

майбутні рішення, а вплив майбутнього на сьогоднішні рішення. При цьому розробляються нові можливості організації (фірми), наприклад зміна профілю підприємства, радикальна зміна технології, розширення виробничих потужностей тощо [5].

Список використаної літератури:

1. Кіяшко Є. В. Проблеми і необхідність впровадження в сучасних умовах стратегічного планування на підприємствах / Є. В. Кіяшко. // Вісник Хмельницького національного університету. - 2009. – № 3, Т. 1 – С.174 – 178.
2. Ноженко Д. Г. Стратегічне планування економічного розвитку вітчизняних підприємств / Д. Г. Ноженко // Молодий вчений. - 2015. – № 2 (17). – С.196 – 199.
3. Верещинська М.В. Стратегічний менеджмент як ефективний інструмент управління підприємством [Електронний ресурс] / Верещинська М.В., Мудра О.В. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/2009_03_18/ek1_vereshinska.php
4. Карпенко М.О. Роль стратегічного планування в управлінні підприємством на сучасному етапі розвитку [Електронний ресурс]./ Карпенко М.О. Карпик Ю.С. – Режим доступу: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/457>.
5. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. / Н. В. Краснокутська. – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с.
6. Єпіфанова І. Ю. Фінансовий аналіз та звітність : практикум / Єпіфанова І. Ю., Джеджула В. В. – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 143 с.
7. Dzhezdzhula V. Methodological bases of concept formation and choice of innovative business strategies // Dzhezdzhula V., Yepifanova I. // Baltic Journal of Economic Studies. - 2018. - Vol. 4, No. 3, - P. 51-59/
8. Джеджула В. В. Напрями підвищення ефективності діяльності підприємств молочної галузі / Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю., Дзюбко М. Ю. // Інвестиції: практика та досвід. - 2018. - №11. - С. 12-14.

Лаптева Алла Олександрівна – студентка групи МОф-156, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, email: laptevaallochka@gmail.com

Науковий керівник: Єпіфанова Ірина Юріївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Lapteva Alla O. – student, faculty of management and informational security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, email: laptevaallochka@gmail.com

Yepifanova Iryna Yu. – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Finance and Innovation Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто підходи до управління прибутком підприємства. Показано, що найкращим підходом до управління прибутком підприємства є системний підхід, за якого організація розглядається як система, що містить певну кількість взаємопов'язаних елементів

Ключові слова: прибуток, підходи до управління прибутку, управління прибутком, системний підхід до управління прибутком.

Abstract

Different approaches to management of enterprise profit are considered. It is shown that the best approach to managing enterprise profits is a systematic approach, in which an organization is considered as a system containing a number of interrelated elements

Keywords: profit, profit management approaches, profit management, system approach to profit management.

Вступ

У господарській діяльності важливою фінансовою категорією є прибуток, що відображає позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва, свідчить про обсяг і якість виробленої продукції, стан продуктивності праці та рівень собівартості. Прибуток є надзвичайно дискусійним поняттям. Дослідження його економічної сутності бере початок ще з XVII ст. і продовжується до сьогодні. Серед великої кількості економічних теорій, теорію прибутку економісти характеризують як одну з найбільш складних. Питання управління формуванням прибутку, його оптимального розподілу та використання досліджували такі вчені України та зарубіжжя, як І. А. Бланк, Ю. Ф. Брігхем, М. Ерхардт, Л. Л. Куц, Н. Г. Пігуль, А. М. Поддерегін, С. Ф. Покропивний та інші. Хоча дана проблематика знайшла своє відображення у багатьох наукових працях, варто зауважити, що більш детальне обґрунтування теоретичних основ механізму управління прибутком підприємства зумовлює актуальність та наукову значимість подальшого дослідження.

Метою даної роботи є узагальнення підходів до управління прибутком за використання системного підходу.

Результати дослідження

Прибуток підприємства як вираження кінцевих фінансових результатів його господарської діяльності є об'єктом управління, що являє собою цілеспрямований, систематичний процес підготовки, оцінки, відбору та реалізації альтернативних управлінських рішень з усіх питань його формування, розподілу та використання на конкретному підприємстві[1].

В економічній енциклопедії подається наступне визначення прибутку: «Прибуток – перевищення доходів від продажу товарів і послуг над витратами на виробництво і продаж цих товарів; узагальнюючий показник фінансових результатів господарської діяльності; визначається як різниця між виторгом від реалізації продукту господарської діяльності і сумою витрат факторів виробництва на цю діяльність у грошовому вираженні»[2].

Прибуток підприємства є багатоаспектним економічним об'єктом, що залежить від багатьох факторів, тому існує велика кількість підходів до його системи формування і розподілу, а саме : комплексний, системний, функціональний, математичний, динамічний, відтворювальний, маркетинговий, адміністративний, поведінковий, ситуаційний та ін. Кожний з цих методів характеризує один із аспектів управління прибутком підприємства.

В Україні фінансові експерти найчастіше застосовують системний підхід, який передбачає вивчення способів організації підсистем в одне ціле і вплив процесів, що відбуваються у системі в цілому на окремі її ланки. Даний метод розглядає організацію як систему, що включає в себе певну кількість взаємопов'язаних елементів та припускає, що кожен з елементів системи має певні власні цілі, проте його суть – покращення ефективності роботи підприємства в цілому.

Практична реалізація системного підходу до управління прибутком підприємства передбачає застосування спектру методів: аналізу, планування та прогнозування, ціноутворення, управління витратами підприємства, управління дебіторською заборгованістю тощо. Інструментами можуть слугувати плани, прогнози, інновації, ціна продукції, окремі види витрат, заробітна плата та реклама .

Системний підхід має наступні особливості[3]:

- чітко визначені цілі та їх ієрархія;
- застосування порівняльного аналізу та вибору шляхів досягнення цілей, щоб досягти найкращих результатів при найменших витратах;
- оцінка всіх можливих результатів діяльності із застосуванням кількісної інтерпретації цілей та визначення методів і засобів їх досягнення

Таким чином здійснення процесу управління прибутком за системним підходом можна зобразити на рис. 1.



Рис.1. Структурна схема системного підходу до управління прибутком підприємства (складено за даними [1-6])

Системне управління прибутком являє собою багаторівневу систему, яка об'єднує між собою різні підсистеми: формування прибутку, забезпечувальну частину (організаційно-методичне забезпечення), розподіл і використання прибутку. Зрозуміло, що кожна з цих підсистем перебуває під впливом інших. Чим більший прибуток підприємство отримує, тим більше завдань воно може вирішити, розподіливши кошти за певними напрямками використання. Політика управління формуванням прибутку включає в себе такі елементи, як розробка політики управління прибутком в процесі операційної, інвестиційної та фінансової діяльності. Вона повинна бути спрямована на максимізацію розміру позитивного фінансового результату через виконання комплексу завдань, щодо забезпечення зростання обсягів діяльності, ефективного управління доходами й витратами,

підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази, підвищення продуктивності праці.

Висновки

Одним із основних завдань фінансового менеджера є максимізація прибутку, яке для свого вирішення потребує оптимальних рішень. Саме завдяки правильному підходу до управління прибутком можна забезпечити результативне та ефективне управління фінансами господарюючого суб'єкта в цілому. Встановлено, що таким є системний підхід до управління прибутком, який передбачає дослідження способів організації підсистем в єдине ціле і вплив процесів функціонування системи в цілому на окремі її ланки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Блонська, В. І. Вдосконалення системи управління розподілом та використанням прибутку підприємства [Текст] / В. І. Блонська, П. П. Адамович // Науковий вісник НЛТУ України. — 2010. — Вип. 20.7. — С. 92–104.
2. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т.3 / Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. — К.: Видавничий центр «Академія», 2002. — 952 с
3. Вачугова Д. Д. Основи менеджмента 2-е вид., перероб. і доп./ Вачугова Д. Д. — М.: Вища школа. — 376 с. — 2005 р.
4. Єпіфанова І. Ю. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності [Електронний ресурс] / І. Ю. Єпіфанова, В. С. Гуменюк // Економіка та суспільство. — 2016. — Вип. 3. — С. 189-192. - Режим доступу : <http://economyandsociety.in.ua>
5. Єпіфанова І. Ю. Фактори зростання прибутку підприємства [Текст] / І. Ю. Єпіфанова, В. С. Гуменюк // Молодий вчений. - 2016. - № 7(34). - С. 46-49.
6. Єпіфанова І. Ю. Фінансовий аналіз та звітність [Текст] : практикум / І. Ю. Єпіфанова, В. В. Дзеджула. — Вінниця : ВНТУ, 2017. — 143 с.

Іванчик Тамара Віталіївна – студентка групи МОФ-156, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: fm.2mol5.ivanchyk@gmail.com

Науковий керівник: **В'ячеслав Васильович Дзеджула** – д-р екон. наук, професор, кафедра фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Tamara V. Ivanchyk – Department of finance and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: fm.2mol5.ivanchyk@gmail.com

Supervisor: **Viacheslav V. Dzhezdzhula** – Doctor of Economics, Professor, Department of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ «ЯКІСТЬ»

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У даній роботі розглянуто визначення категорії «якість» та сформулювало власне трактування цього поняття. Визначено фактори, які впливають на якість продукції.

Ключові слова: *якість, фактор, якість продукції, петля якості.*

Abstract:

This paper we reviewed the definition of the category of "quality" and gave its interpretation of the concept. The factors influencing product quality were identified.

Keywords: *quality, factor, production quality, quality loop.*

Вступ

З кожним роком усе складніше доводиться підприємствам проводити боротьбу за своє існування і визнання серед споживачів. Для розвитку фірм і їх виживання в сучасних умовах необхідно пристосовуватися до мінливих умов навколишнього середовища. Підвищення якості продукції є одним із найвпливовіших чинників зростання ефективності виробництва продукції. Якість продукції – це головна умова існування і ключ до успіху на ринку в сучасних умовах конкуренції.

Мета статті полягає в узагальненні підходів до визначення сутності якості як економічної категорії.

Результати дослідження

Дослідження проблеми якості продукції має широкий діапазон. Теоретичним надбанням є наукові праці вчених-економістів: А. Сміта [1], Д. Рікардо [2] та інших. В Україні вивчення проблеми підвищення якості продукції також актуальне, йому приділяють увагу такі вчені-економісти як Л.Балабанова [3], І. Должанський [4] та інші. Однак і на сьогодні вчені не дійшли до однієї точки зору про сутність і зміст якості як економічної категорії.

Формулювання поняття «якість» базується на кількох різних точках зору [5], за допомогою них можна відобразити всю багатоаспектність цього поняття.

1. З точки зору об'єктивної оцінки властивостей продукту якість може бути точно виміряна. Відмінності в якості можуть бути кількісно відображені за допомогою певних характеристик продукту [5].
2. З точки зору покупця якість продукту визначається більшою мірою суб'єктивною оцінкою споживача і в меншій мірі – характеристиками самого продукту. Окремі покупці мають різні потреби, причому ті товари, які задовольняють ці потреби найкращим чином, розглядаються як володіють найвищою якістю [6].
3. З точки зору виробничого процесу якість – це дотримання специфікацій, і кожне відхилення від них веде до зниження якості. Найвища якість передбачає добре виконану роботу, результат якої повністю відповідає поставленим вимогам [5].
4. З точки зору співвідношення ціни та корисності якість виражається за допомогою витрат і цін. Якісний продукт виконує певну функцію за прийнятною ціною [6].

Поняття «якість» можна розглядати як дворівневе. Якість першого рівня – технічного, якість формується на стадіях досліджень, розробок і виробництва. Управління якістю на цьому рівні

включає заходи щодо дотримання необхідного мінімуму якісних і кількісних вимог до продукту. Якість другого рівня – комунікативного, якість формується на стадіях перед і після продажного обслуговування. Для забезпечення якості на цих стадіях впроваджуються заходи, спрямовані на всебічне задоволення запитів клієнтів [6].

На сучасному етапі існує велика кількість трактувань терміна «якість», отож співставимо вченого та його визначення поняття «якість» у вигляді таблиці 1.

Таблиця 1 – Наукові підходи до визначення сутності поняття «якість»

Вчений	Визначення поняття «якість»
1	2
Іванілов О.С. [7]	це економічна категорія, тому що вона належить до найважливіших понять економічної науки, яка відображає істотні сторони економічних явищ та процесів.
Гриньова В.М., Салун М.М. [8]	це сукупність характеристик об'єкта щодо його спроможності задовольняти встановлені і передбачувані потреби.
Вершигора В.Ю. [9]	це сукупність властивостей, які показують рівень новизни, надійність і довговічність, економічність, ергономічність, естетичні, екологічні та інші споживчі властивості продукції, які дають їй здатність задовольняти обумовлені чи запропоновані потреби в системі виробничих відносин.
Мочерний С.В. [10]	відбиває сукупність властивостей продукції, що зумовлюють ступінь її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення.
Стандарт ІСО 8402—94 [11]	сукупність властивостей і характеристик виробу або послуги, що відносяться до його здатності виконувати встановлені і передбачувані потреби.
Фейгенбаум А. [12]	загальна сукупність технічних, технологічних і експлуатаційних характеристик виробу або послуги, завдяки яким вироби або послуги будуть відповідати вимогам споживача при їх експлуатації.
Джуран Дж. [13]	придатність до використання (відповідність призначенню); Суб'єктивна сторона: якість – це ступінь задоволення споживача (для реалізації якості виробник повинен знати вимоги споживача і зробити свою продукцію (послугу) такою, щоб вона відповідала цим вимогам.
Анфалов А.А. [14]	один з найважливіших показників, що визначає попит на продукцію, і часто має вирішальне значення для досягнення, підтримки і підвищення конкурентоспроможності.

Аналізуючи таблицю 1 можна сказати, що фігурують істотні розбіжності в розумінні сутності терміну якість і наслідком цього є недостатність та недосконалість методологічних основ для формування системи управління нею.

Розглянувши різні поняття терміну якість, можна сформулювати власне розуміння категорії якість.

Отже якість продукції – це сукупність властивостей, які зумовлюють її здатність задовольняти потреби споживачів відповідно до їх призначення.

На сьогодні забезпечення належної якості продукції є вимогою часу, оскільки неякісний товар не спроможний задовольняти споживача, як це було за умов командно-адміністративної системи. У теперішніх умовах споживач продукції є регулятором рівня її виробництва і попиту на ринку.

Відомий американський спеціаліст Едвард Демінг ще в 1950 році писав, що на 85% вирішення проблеми залежить не від людей, а від системи управління якістю [15].

У світі проводиться активна праця над проблемою забезпечення якості. Методичною її основою є так звана «петля якості» [16], яка в класичному варіанті має такий вигляд (рис.1.).

На якість продукції впливає чимала кількість факторів, які діють самостійно і у взаємозв'язку між і собою на різних етапах життєвого циклу продукції. Головними внутрішніми факторами, які впливають на рівень якості продукції є : – виробничо-технологічні (рівень прогресивності техніки та

технологій, використання нових матеріалів, якість використовуваної сировини та ін.); – соціально-психологічні (забезпечення нормальних умов праці персоналу, формування сприятливого клімату в колективі, моральне стимулювання та заохочення працівників та ін.); – економічні (витрати на випуск та реалізацію високоякісної продукції, політика ціноутворення, економічне стимулювання працівників та ін.); – організаційні (рівень організації праці та виробничого процесу на підприємстві, ефективність системи управління якістю продукції, сертифікація продукції, забезпечення належного кваліфікаційного рівня персоналу та ін.) [18-19].

Головними зовнішніми факторами впливу на якість продукції підприємства є: – рівень конкуренції на ринку; – вимоги споживачів; – необхідність завоювання певної позиції на ринку та формування позитивного іміджу підприємства; – вимоги щодо стандартизації та сертифікації продукції певного виду тощо [18].

Фактори якості також можна об'єднати в 4 групи: технічні, організаційні, економічні і суб'єктивні.

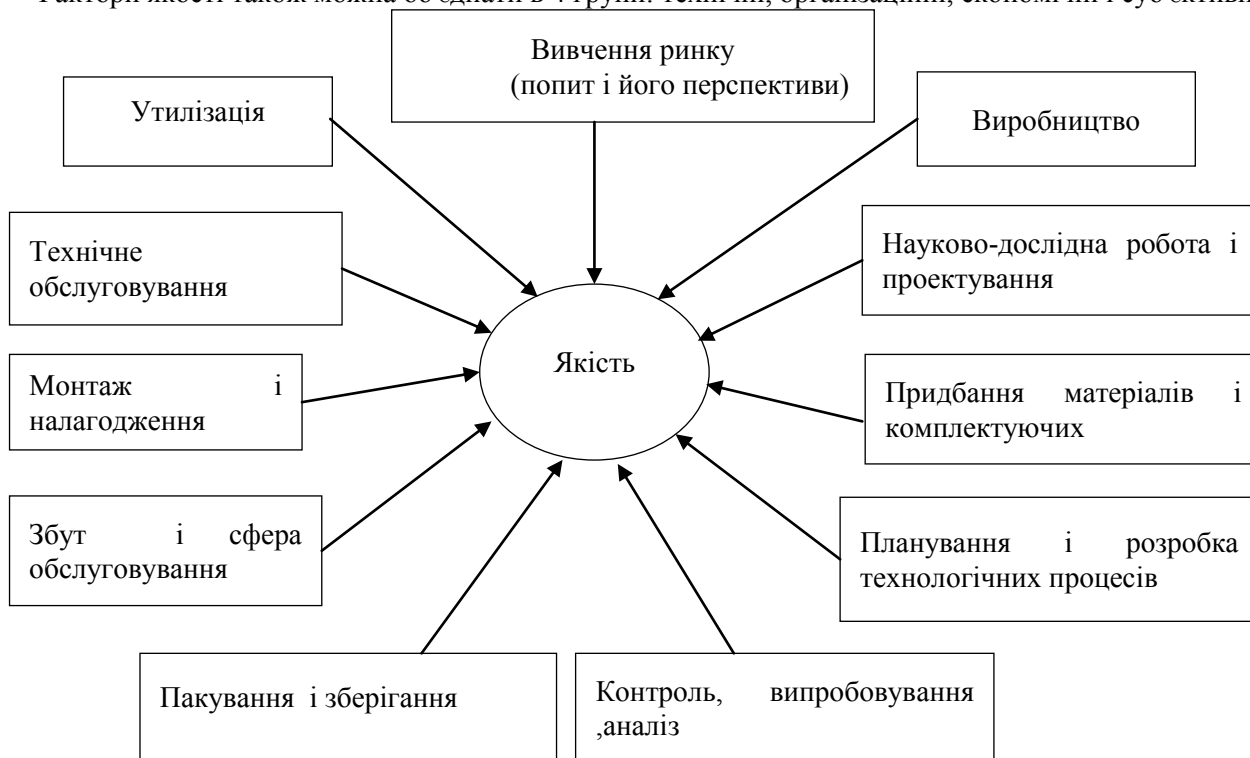


Рис.1. - Петля якості [16]

До технічних факторів належать: конструкція, схема послідовного зв'язку елементів, система резервування, схемні вирішення, технологія виготовлення, засоби технічного обслуговування і ремонту, технічний рівень бази проектування, виготовлення, експлуатації та інші [15].

До організаційних факторів належать: розподіл праці і спеціалізацію, експлуатацію (споживання) технічного обслуговування, форми і способи транспортування, ритмічність виробництва, форми і методи контролю, форми організації виробничих процесів, порядок пред'явлення і здачі продукції, зберігання, ремонту та інші [16].

До економічних факторів належать: ціна, собівартість, форми і рівень зарплати, рівень затрат на технічне обслуговування і ремонт, ступінь підвищення продуктивності суспільної праці та інше [17].

Суб'єктивні фактори. У забезпеченні якості продукції велику роль виконує людина, її професійна підготовка, фізіологічні й психологічні особливості. Саме від професійної підготовки працівників, які зайняті проектуванням, виробництвом та експлуатацією виробів, залежить рівень використання технічних можливостей. [17].

Отже, на якість продукції впливає значна кількість факторів, які діють як самостійно, так і у взаємозв'язку між і собою, як на окремих етапах життєвого циклу продукції, так і на кількох.

Висновки

Отже, дослідження, яке було проведено засвідчило, що якість підлягає впливу різних факторів - це економічні, технічні, організаційні та суб'єктивні і показує ефективність усіх сторін діяльності

суб'єктів господарювання. З розвитком суспільного виробництва зміст категорії «якість» потроху ускладнюється і вже на сьогодні набуває нового значення в господарській діяльності підприємств. Сутність поняття «якість» полягає в сукупності властивостей, що зумовлюють її здатність задовольняти певні потреби споживачів відповідно до її призначення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Исследование о природе и причинах богатства народов. Книга IV : [підручник] / А. Смит. – М.: ЭКСМО, 2007. – 960 с.
2. Классика экономической мысли: Сочинения : [підручник] / У. Петти, А. Смит, Д., Рикардо. – М. : Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2000. – 896 с.
3. Маркетинг : [підручник] / За заг. Ред. д-рф екон. наук, проф. Л.В. Балабанова. – К. : Знання-Прес, 2004. — 645 с.
4. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства : [навчальний посібник] / Должанський І. З. – К. : Центр навчальної літератури, 2008. – 384 с.
5. Басовский А. С. Управление качеством : [навчальний посібник] / Басовский А. С. Протасев В. Б. – М. : Инфра, 2004. – 178 с
6. Колесник О.О. Теоретичні основи управління якістю продукції : [навчальний посібник] / Колесник О. О. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 450 с.
7. Іванілов О. С. Економіка підприємства : [навчальний посібник] / Іванілов О. С. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 728 с.
8. Організація виробництва : [підручник] / В. М. Гриньова – К. : Знання, 2009. – 582 с.
9. Вершигора Є. Ю. Маркетингова товарна політика : [навчальний посібник] / Вершигора Є. Ю. – Тернопіль: Астон, 2015. – 408 с.
10. Економічний словник-довідник / За ред. С. В. Мочерного. – Київ: Феміна, 1995. – 356 с.
11. Стандарт ISO 8402-94 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // [http://ohranatruda.ru/ot_biblio/normativ/data_normativ/5/5812/Стандарты ИСО \[Електронний ресурс\].](http://ohranatruda.ru/ot_biblio/normativ/data_normativ/5/5812/Стандарты ИСО [Електронний ресурс].) – Режим доступу : // <http://www.iso.org/iso/ru/home/standards.htm>
12. Фейгенбаум А. Наставники по качеству [Текст] / А. Фейгенбаум // Стандарты и качество. – 1999. - №9 – С. 28-29.
13. Окрепилов, В.В. Управление качеством [Текст] / В.В. Окрепилов– М.: Экономика, 1998.
14. Анфалов А.А. Крымский отдел НИИ социально-экономических отношений [Текст] / А.А. Анфалов // Экономика и управление. – 2002. - №4 – С. 30- 33.
15. Державна система стандартизації та управління якістю в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // http://bookss.in.ua/book_derzhavna -sistema-standartizaci-ta-upravlinnya-yakistyu-v-ukrani_910/.
16. Управління якістю [Електронний ресурс]. — Режим доступу // <http://studopedia.org/3-110032.html>.
17. Шаповал М. І Менеджмент якості : [навчальний посібник] / Шаповал М. І – Київ. : Центр учбової літератури, 2007. – 471 с.
18. Причепа І. В. Управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства [Електронний ресурс] / І. В. Причепа, Г. І. Лисаченко // Матеріали XLV Науково-технічної конференції ВНТУ, ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ 23–24 березня 2016. – Режим доступу: <http://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2016/paper/view/497>
19. Джеджула В. В. Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств / Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю., Цвик О. Г. // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – №4. –С. 5 – 8.

Заремба Оксана Володимирівна – студентка групи МОф-156, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця. Електронна адреса : mof15zaremba@gmail.com

Науковий керівник : **Єпіфанова Ірина Юріївна** – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Oksana Zaremba – student , faculty of management and informational security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsa.

Supervisor: **Iryna Yu. Yepifanova** – Cand. Sc. (Eng), Assistant Professor of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ МОЛОЧНОЇ ГАЛУЗІ (НА ПРИКЛАДІ ПРАТ «ВМЗ «РОШЕН»)

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі досліджено основні фактори впливу на інвестиційну привабливість підприємства, а також здійснено аналіз рівня інвестиційної привабливості ПрАТ «ВМЗ «Рошен».

Ключові слова: фактори, інвестиційна привабливість, оцінка, зовнішній та внутрішній вплив, підприємство.

Abstract

In this paper, the main factors influencing the investment attractiveness of the enterprise are investigated, as well as the realization of the level of investment attractiveness of PJSC VMZ Roshen

Keywords: factors, investment attractiveness, valuation, external and internal influence, enterprise.

Вступ

Залучення інвестицій безпосередньо пов'язане з інвестиційною привабливістю об'єкта інвестування. Інвестиційна привабливість є складним економічним явищем, яке формується сукупним впливом окремих факторів. Кількість факторів може бути різною залежно від того, про який рівень інвестиційної привабливості йде мова: країни, галузі, регіону чи підприємства. Питання впливу різних факторів на інвестиційну привабливість викликало наукове зацікавлення у Буднікової Ю. В., Гончарова В. М. [3], Гуляєва Н. М., Збрицької Т. П., Іванова С. В., Кореневої Н. О., Купалової Г. І., Мешкова А. В., Скринника Н. В. та інших науковців. В свою чергу, оцінка інвестиційної привабливості потенційного об'єкта інвестування є першим кроком під час прийняття інвестиційного рішення.

Метою статті є систематизація підходів до визначення базових груп факторів, які впливають на інвестиційну привабливість підприємства та аналіз рівня інвестиційної привабливості підприємства.

Результати дослідження

Для успішного управління інвестиційною привабливістю потрібно усвідомити, що на її формування мають вплив певні фактори, дія яких у своїй сукупності підвищує, або знижує останню. Узагальнюючи всю сукупність чинників впливу на інвестиційну привабливість В. М. Гончаров, М. М. Білоусова, Н. М. Гуляєва та Н. К. Рябенко дану сукупність чинників розділили на зовнішні та внутрішні, або прямої та непрямої дії (рис. 1).

Всі розглянуті фактори, що комплексно характеризують інвестиційну привабливість підприємства, тісно взаємодіють та взаємовпливають один на одного.

Доцільною методикою можна вважати запропоновану російськими вченими А. І. Алексєєвою та Ю. В. Васильєвим [4], яка передбачає оцінювання комплексного показника, який представляє суму оцінених результативних коефіцієнтів, що розкривають різні аспекти ефективності діяльності та стійкості фінансового стану підприємства, яке аналізується. Такий комплексний показник є своєрідним індикатором інвестиційної активності.

Формула розрахунку інтегрального показника оцінки інвестиційної привабливості ($K_{\text{ІП}}$) має вигляд:

$$K_{\text{ІП}} = \sum_{i=1}^n k_i \times P_i \quad (1)$$

Де k_i – вага критерію; P_i – рейтингова оцінка i -го критерію; n – кількість критеріїв.

Алгоритм оцінки інвестиційної привабливості підприємства буде виглядати наступним чином: по-перше - розрахунок показників ефективності господарської діяльності та фінансового стану

підприємства; по-друге - привласнення балів для кожного показника; по-третє - складання рейтингу на основі результатів порівняльної оцінки.



Рисунок 1 – Зовнішні та внутрішні фактори впливу на інвестиційну привабливість (розроблено за даними [1; 3-6])

Основним етапом оцінки інвестиційної привабливості ПрАТ «ВМЗ «Рошен» є бальна оцінка параметрів, яка наведена в таблиці 1.

Таблиця 1 – Бальна оцінка розрахованих показників інвестиційної привабливості ПрАТ «ВМЗ «Рошен»

Показники	2015 рік	2016 рік	Бал 2015 рік	Бал 2016 рік
1. Ефективність господарської діяльності				
1.1 рентабельність товарів	-1,08 %	0,02 %	-1 (низький)	0 (середній)
1.2 балансовий прибуток на 1 грн. сукупних активів	-1,14 %	0,46 %	-1 (низький)	0 (середній)
1.3 балансовий прибуток до власних засобів	-3,80 %	1,43 %	-1 (низький)	0 (середній)
1.4 балансовий прибуток до величини оборотних активів	-4,26 %	1,49 %	-1 (низький)	0 (середній)
2. Фінансовий стан				
2.1 коефіцієнт поточної ліквідності	0,38	0,45	-2 (вкрай низький)	-2 (вкрай низький)
2.2 коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,10	0,20	-1 (низький)	0 (середній)
2.3 частка чистого оборотного капіталу в оборотних засобах	-160,8 %	-120,08 %	-2 (вкрай низький)	-2 (вкрай низький)
2.4 частка власних засобів в пасивах	30,06 %	32,19 %	1 (високий)	1 (високий)

В процесі дослідження було виявлено, що інвестиційна привабливість ПрАТ «ВМЗ «Рошен» характеризується як негативна, що проявляється у значенні комплексного показника, проте має тенденцію до покращення. Про це свідчить покращення таких показників: рентабельність товарів, балансовий прибуток на 1 грн. сукупних активів, балансовий прибуток до власних засобів, балансовий прибуток до величини оборотних активів, коефіцієнт абсолютної ліквідності – дані показники в 2015 році, по бальній оцінці, мали відмітку «низький», але в 2016 році діяльність підприємства покращилась, відповідно показники досягнули до відмітки «середній». Також частка власних засобів в пасивах, в порівнянні з попереднім періодом, збільшилась на 2,13 %, і в 2016 році становила 32,16 % - це свідчить про підвищення фінансової стійкості підприємства та зменшення рівня залежності від залучених коштів.

Далі, використовуючи формулу 1 та ваги показників в рейтинговій оцінці при кредитному фінансуванні, розрахуємо інтегральний показник оцінки інвестиційної привабливості:

$$2015 \text{ рік: } K_{\Pi} = (-1 \times 1,6) + (-1 \times 1,2) + (-1 \times 0,8) + (-1 \times 0,4) + (-2 \times 1,0) + (-1 \times 1,6) +$$

$$(-2 \times 0,8) + (1 \times 0,6) = -8,6;$$

$$2016 \text{ рік: } K_{\text{П}} = (0 \times 1,6) + (0 \times 1,2) + (0 \times 0,8) + (0 \times 0,4) + (-2 \times 1,0) + (0 \times 1,6) + (-2 \times 0,8) + (1 \times 0,6) = -3.$$

Загалом, майже всі розраховані показники мають стабільну тенденцію до збільшення, що є важливим фактором можливого подальшого зростання рівня інвестиційної привабливості, та в цілому покращення ефективності діяльності ПрАТ «ВМЗ «Рошен».

Висновки

Отже, було виділено фактори зовнішнього (непрямого) та внутрішнього (прямого) впливу на інвестиційну привабливість. Аналіз ефективності інвестиційної привабливості показав стабільну тенденцію до збільшення по досліджуваних показниках, вони є індикаторами покращення ефективності діяльності та залучення інвестицій в ПрАТ «ВМЗ «Рошен».

Оцінюваний рівень інвестиційної привабливості характеризується як негативний, оскільки даний показник є від'ємним. Проте на протязі досліджуваного періоду було виявлено підвищення, що свідчить про ряд можливостей і перспектив підвищення інвестиційної привабливості ПрАТ «ВМЗ «Рошен».

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Короткова О. В. Інвестиційна привабливість підприємства та методики її оцінювання / О. В. Короткова. // Ефективна економіка. - 2013. - № 6. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_6_54
2. Москаленко І. І. Чинники впливу на інвестиційну привабливість підприємства / І. І. Москаленко // Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції ЖДТУ. – [Електронний ресурс] – 2016. Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/01/132.pdf>.
3. Гончаров В. М. Інвестиційна привабливість підприємства: сутність та фактори впливу / В. М. Гончаров, М. М. Білоусова – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.../31.pdf>
4. Макуева С. Р. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия на основе рейтингового показателя / С. Р. Макуева, И. А. Михайлова // Современные исследования социальных проблем. – 2013. – Выпуск 6 (26). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journal-s.org/index.php/sisp/article/view/6201336>
5. Єпіфанова І. Ю. Сутність інвестиційного потенціалу підприємства / Єпіфанова І. Ю., Бардадин О. А. // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. - №14. – С. 39-42.
6. Джеджула В. В. Напрями підвищення ефективності діяльності підприємств молочної галузі / Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю., Дзюбо М. Ю. // Інвестиції: практика та досвід. - 2018. - №11. - С. 12-14

Діана Олександрівна Гладка – студентка групи МФК-18 м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: fm.mof14b.hladka@gmail.com

Науковий керівник: **Ірина Юріївна 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: fm.mof14b.hladka@gmail.com

Supervisor: **Iryna Yu. Yepifanova** – Cand. Sc. (Econ), Assistant Professor of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ПЕРСПЕКТИВИ СПІВПРАЦІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ БАНКОМ РЕКОСТРУКЦІЇ ТА РОЗВИТКУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі розглянуто перспективи співпраці українських підприємств з Європейським банком реконструкції та розвитку; досліджено основні тенденції розвитку відносин між ЄБРР та Україною та визначено основні проблеми на шляху до поглиблення співпраці.

Ключові слова: міжнародне кредитування, міжнародні фінансові організації, ЄБРР.

Abstract

The prospects of cooperation of Ukrainian enterprises with the European Bank for Reconstruction and Development are considered in the paper; the main tendencies of development of relations between EBRD and Ukraine are researched and the main problems on the way to deepening of cooperation are determined.

Keywords: international lending, international financial organizations, EBRD.

Вступ

Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР) є однією з міжнародних фінансових організацій, які тісно співпрацюють з Україною. Кредити ЄБРР є одним із джерел фінансування перспективних інноваційних проектів як на державному та муніципальному рівнях, так і на рівні окремих суб'єктів господарювання. Водночас на шляху до подальшого поглиблення співпраці постають перешкоди правового, фінансово-економічного та політичного характеру.

Проблема співпраці України з ЄБРР досліджувалась в працях багатьох вітчизняних науковців, зокрема І. І. Вербицької [1], Н. Рудик [2], С. М. Іванова, К.В. Клименка [3,4] та Л. А. Аврамчука [5].

Метою роботи є формування перспектив розвитку співпраці українських підприємств з ЄБРР.

Результати дослідження

Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР) – міжнародна фінансова організація, яка здійснює свою діяльність на території Центральної та Східної Європи і країн колишнього СРСР. Банк розташований у Лондоні, має статус міжнародної фінансової установи, до складу якої входять 60 членів: 58 держав, включаючи всі європейські країни, країни інших регіонів світу (США, Австралія, Японія та інші), Європейський союз та Європейський інвестиційний банк. Статутний капітал банку становить 20 млрд євро.

Україна приєдналася до ЄБРР 13 серпня 1992 року [6]. На сьогодні в Україні діють три представництва ЄБРР: Київське, Львівське та Одеське, які мають статус дипломатичних місій. За час співпраці банк реалізував в Україні 418 проектів, з яких 171 станом на 31 грудня 2018 року є активними. Найбільш значним з цих проектів є будівництво нового чорнобильського саркофагу «Укриття», яке триває з березня 2004 року. Загальний обсяг інвестицій на цю дату склав 13 млрд. 140 млн. євро. Поточний портфель інвестицій складає 3 млрд. 779 млн. євро, з яких 43% приходить на частку приватного сектору. 37% інвестицій приходить на інфраструктурні проекти, 27% на енергетику, 25% на сферу виробництва, торгівлі та агробізнесу та 11% на фінансові інституції [7].

Розглядаючи динаміку зміни інвестиційної активності ЄБРР в Україні, слід зазначити, що в останні роки спостерігається негативна тенденція до скорочення обсягів співробітництва. Так у 2011 році банк затвердив реалізацію 40 проектів, то в 2018 році – 28 проектів і ця цифра є сталою впродовж чотирьох останніх років. У грошових вимірниках максимального значення річні вкладення досягли у 2014 році, коли склали 1 млрд. 220 млн. євро. Детальніше динаміка зміни річних вкладень наведена на рисунку 1.

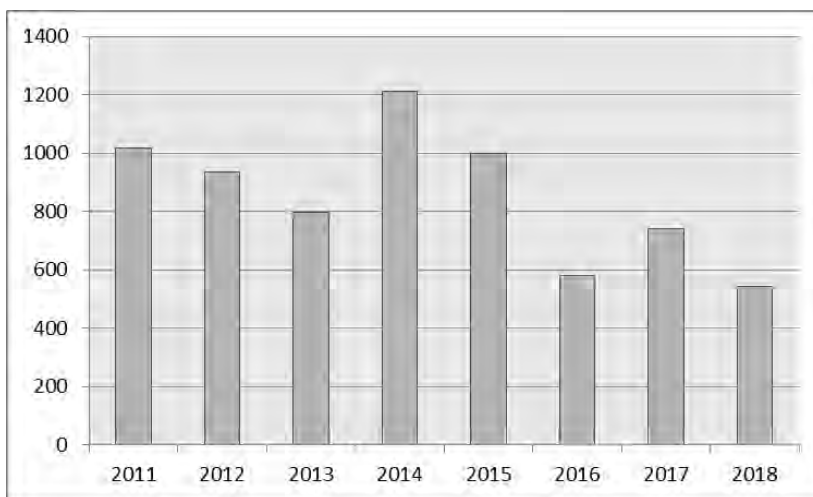


Рисунок 1 – Обсяги річних інвестицій ЄБРР в Україну (складено на основі [7])

Отже, у 2011–2013 роках спостерігалось зменшення обсягів інвестування. У 2014 році відбулося різке зростання кредитування, що було спричинене, перш за все, наданням політичної підтримки Україні. Вже з 2015 року падіння обсягів співпраці відновилися і досягли мінімуму (543 млн. євро) у 2018 році.

На думку автора, причинами зменшення обсягів інвестування є:

1. Стагнація реального сектора економіки.
2. Відсутність дієвих реформ, направлених на покращення інвестиційного клімату в країні.
3. Політична нестабільність.
4. Погана фінансова репутація України.
5. Низький суверенний кредитний рейтинг.
6. Значні темпи нарощування боргових зобов'язань України.
7. Незадовільна інтеграція приватного капіталу до державних інвестиційних ініціатив.
8. Значний бюрократичний тиск, що проявляється в складності та довготривалості погоджувальних процедур.

Необхідно зазначити, що потреба в кредитних ресурсах ЄБРР в Україні продовжує зростати. Насамперед, це стосується сфери транспортних перевезень, оскільки зношеність транспортної інфраструктури продовжує зростати. Також важливою співпраця в галузі енергетики та забезпечення енергоефективності; підтримка агробізнесу тощо. Тому серед найбільш перспективних напрямків співпраці можна виділити:

1. Залізничний транспорт. Реконструкція та будівництво нових залізничних шляхів (наприклад, відновлення лінії «Березино-Бесарабська»); оновлення рухомого складу; електрифікація залізничних ліній (наприклад, Черкаської дамби).
2. Муніципальний громадський транспорт. Заміна застарілого рухомого складу на новий, більш ефективніший; заміна автобусів на електробуси; будівництво нових тролейбусних та трамвайних ліній (що є актуальним для КП «Вінницька транспортна компанія»).
3. Агробізнес. Надання кредитів на закупівлю нової техніки та модернізацію виробництва; надання фінансових гарантій.
4. Енергетика. Будівництво нових вітрових електростанцій.

Висновки

Отже, співпраця з Європейським банком реконструкції та розвитку є привабливою для українських підприємств. Найбільш перспективнішими напрямками співпраці є транспортна галузь, енергетика та агробізнес. Проте на даному етапі, подальші перспективи співпраці залежать в першу чергу не від економічних причин, а від політичних, що можна було у 2014 році. У випадку проведення Україною значних структурних реформ можна прогнозувати суттєве зростання обсягів інвестування, а у протилежному випадку продовжиться тенденція до згорання співпраці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Вербицька І. І. Європейський банк реконструкції та розвитку як ключовий фінансовий партнер України [Електронний ресурс] / І. І. Вербицька // Економіка і суспільство. – 2017. – №10 – Режим доступу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/10_ukr/8.pdf
2. Рудик Н. Міжнародне кредитування ЄБРР як джерело фінансування розвитку підприємств України / Н. Рудик // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2016. – № 2. – С. 110–115.
3. Іванов С. М. Співробітництво України та ЄБРР: тенденції розвитку / С. М. Іванов, К. В. Клименко // Наукові праці НДФІ. – 2016. – Вип. 3. – С. 5–23.
4. Іванов С. М. Співробітництво України та ЄБРР: тенденції розвитку / С. М. Іванов, К. В. Клименко, М. В. Савостьяненко // Економіка і організація управління. – 2017. – №2 (26) – Режим доступу: <http://jeou.donnu.edu.ua/article/viewFile/4780/4811>
5. Аврамчук Л. А. Стан та перспективи взаємовідносин України та Європейського банку реконструкції і розвитку (ЄБРР) [Електронний ресурс] / Л. А. Аврамчук, О. В. Сухий // Економіка і суспільство. – 2017. – №9 – Режим доступу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/163.pdf
6. Договір між Урядом України та Європейським Банком Реконструкції та Розвитку про співробітництво та діяльність Постійного Представництва ЄБРР в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/985_012
7. Data on the EBRD's work in Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ebrd.com/where-we-are/ukraine/data.html>

Сахаров Віталій В'ячеславович – студент групи МФК-18мі, Факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: fm.mof14.sakharov@gmail.com

Науковий керівник: **Ірина Юрївна Єпіфанова** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Sakharov Vitalij V. – Department of finance and Information Security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, email: fm.mof14.sakharov@gmail.com

Supervisor: **Yepifanova Iryna Yu.** – Cand. Sc. (Econ), Assistant Professor of Finance and Innovation Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa

СПІВПРАЦЯ МІЖНАРОДНОГО ВАЛЮТНОГО ФОНДУ ТА УКРАЇНИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Охарактеризовано основні етапи співпраці України та Міжнародного валютного фонду, проаналізовано основні програми кредитування з боку МВФ.

Ключові слова: Міжнародний валютний фонд (МВФ), міжнародне кредитування, транш, фінансова допомога МВФ

Abstract

The main stages of cooperation between Ukraine and the International Monetary Fund are characterized, the main IMF loan programs are analyzed.

Keywords: International Monetary Fund (IMF), international lending, tranche, IMF financial assistance

Вступ

На сьогоднішній день відбувається процес глобалізації світової економіки, що проявляється в розширенні національних економік, посилення впливу міжнародних організацій, зокрема МВФ. Багато країн змушені брати міжнародні кредити, щоб підтримувати або розвивати свою економіку та Україна не є винятком. Питання взаємовідносин України з МВФ постійно перебували і залишаються в центрі уваги науковців, політиків, урядовців. Багато науковців займалися дослідженням стратегічних пріоритетів взаємодії та співпраці України з міжнародними фінансово-кредитними організаціями, зокрема Лобас М., Антоненко І., Корнилюк Р., Михайлик О., Паламар Я., Дунас О., Фурман О, Петик М., Єрмошенко М., Підгірняк А. та інші.

Метою дослідження є виявлення сучасного стану та перспектив співробітництва України з Міжнародним валютним фондом на основі дослідження історії їх взаємовідносин.

Основна частина

Міжнародний валютний фонд (МВФ) є однією з найбільш впливових міжнародних організацій, яка регулює окремі параметри розвитку міжнародної економіки в цілому та макроекономіки кожної країни, яка являється його членом, з метою досягнення стабільності у світовій економіці.

Міжнародний валютний фонд (International Monetary Fund - IMF) - спеціалізована установа ООН, був створений у 1945 р. після ратифікації Угоди, розробленої на Конференції ООН з валютно-фінансових питань, яка відбувалася з 1 до 22 липня 1944 р. у м. Бреттон-Вудсі (Нью-Хемпшир, США) і набула чинності 27 грудня 1945 р. МВФ розпочав діяльність у Вашингтоні у травні 1946 р. у складі 39 країн. Місце перебування МВФ - м. Вашингтон (США). [1]

Згідно зі Статутом МВФ має наступні офіційні цілі:

- сприяти розвитку міжнародного співробітництва у валютно-фінансовій сфері в рамках постійної установи, яка забезпечує механізм для консультацій і спільної роботи над міжнародними валютно-фінансовими проблемами;
- сприяти розширенню і збалансованому зростанню міжнародної торгівлі, досягненню і підтримці високого рівня зайнятості, реальних доходів, розвитку продуктивних ресурсів усіх держав-членів в якості головної мети економічної політики;
- сприяти стабільності валют, підтримувати упорядкований валютний режим серед держав-членів і уникати девальвацій валют з метою отримання переваг у конкуренції;
- надавати допомогу в створенні багатосторонньої системи розрахунків та міжнародної платіжної системи за поточними операціями між державами-членами, а також сприяти усуненню валютних обмежень, що стримують зростання світової торгівлі;
- за рахунок тимчасового надання загальних ресурсів фонду державам-членам при дотриманні адекватних гарантій забезпечувати можливість виправлення диспропорцій у їхніх платіжних балансах, не застосовуючи заходів, які можуть завдати шкоди добробуту на національному чи

міжнародному рівні;

– скорочувати тривалість та масштаби порушень рівноваги зовнішніх платіжних балансів держав-членів [2].

Україна стала членом Міжнародного валютного фонду після підписання 3 вересня 1992 р. Статуту МВФ. Згідно із зазначеним законом Міністерство фінансів України визначено фінансовим агентом, а Національний банк України - банком-депозитарієм будь-яких сум МВФ на території України.

Україна почала користуватися кредитами МВФ з 1994 року в умовах наростання незбалансованості зовнішніх платежів. [3]

Порахувати, скільки мільярдів доларів отримала Україна з початку співпраці з МВФ, можна на підставі даних МВФ. Він веде облік виданих коштів не в національних валютах, а в так званих SDR – спеціальних правах запозичення (Special Drawing Rights).

Впродовж більш як 20 років співробітництва фінансова допомога Україні надавалась у наступних основних формах:

- за Програмою системної трансформаційної позики (STF) для підтримки платіжного балансу;
- за програмою “Stand by” для підтримки курсу національної валюти і фінансування дефіциту платіжного балансу;
- за Програмою розширеного фінансування (“Extended Fund Facility” – EFF) для сприяння економічній стабілізації.

Історія співробітництва України та МВФ відображена в таблиці 1.

Таблиця 1 – Історія співробітництва України і Міжнародного валютного фонду [4, 5].

Роки	Сума та умови кредитування
1994-1995	Україна співпрацювала з МВФ по програмі системної трансформаційної позики на суму 498,7 млн. СПЗ (763.1 млн.дол.США.), мета – підтримка платіжного балансу України.
1995-1998	В рамках трьох річних програм Stand by Україна отримала від МВФ кредити на загальну суму 1318,2 млн. СПЗ. (1 935 млн. дол. США.) Мета – підтримка курсу національної валюти і фінансування дефіциту платіжного балансу України.
1998-2002	Україна співпрацює з Фондом в рамках Програми розширеного фінансування (EFF-Extended Fund Facility), яка передбачала надання кредиту обсягом 2,6 млрд. дол. США. У рамках цієї Програми EFF Україна отримала 1.193,0 млн. СПЗ (1.591,0 млн. дол. США.), які були спрямовані на поповнення валютних резервів НБУ
2002-2005	Наприкінці 2002 року КМУ прийняв рішення, що подальший формат співробітництва України з МВФ передбачатиме співпрацю на безкредитній основі в рамках річної програми “попереджувальний стенд-бай”, яка 29 березня 2004 року була затверджена і надавала теоретичну можливість надання нових кредитів МВФ і яка надавало можливість отримати від МВФ зарезервований кредит у сумі, еквівалентній 411,6 млн. СПЗ (30% квоти України), у випадку погіршення ситуації з платіжним балансом або валютними резервами країни.
2005-2008	Співробітництво України з МВФ сконцентровано у сфері технічної допомоги.
2008–2013	У зв’язку з розгортанням повномасштабної кризи на світових фінансових ринках та їх впливу на економіку України, наша країна подала заявку на отримання нової програми співробітництва Stand by, і 5 листопада 2008 року Рада директорів МВФ ухвалила надання дворічної програми загальним обсягом в 802% від квоти України в МВФ, або 11 млрд. СПЗ (приблизно 16,4 млрд. дол. США). 3 млрд. СПЗ були в терміновому порядку зараховані до золотовалютних резервів НБУ.
2014-2015	30 квітня 2014 року МВФ ухвалив надання Україні нової позики Stand by обсягом 16,5 млрд. дол. США (10,976 млрд. СПЗ). В рамках цієї програми Україна отримала два транші обсягом 3,1 млрд. дол. США (2,058 млрд. СПЗ) та 1,3 млрд. дол. США (914,7 млн. СПЗ), але влітку 2014 року макроекономічні показники, закладені у програму, було значно відкореговано через розгортання в Україні масштабної економічної кризи.

Продовження таблиці 1

Роки	Сума та умови кредитування
2015 - 2019	11 березня 2015 року МВФ ухвалив заміну програми Stand by на нову, чотирирічну програму «Механізм Розширеного Фінансування» (Extended Fund Facility). Перший транш обсягом 5 млрд. дол. США за новою програмою було отримано одразу після її ухвалення. Надання другого траншу обсягом 1,7 млрд. дол. США було ухвалено Радою директорів МВФ 31 липня 2015 року. 14 вересня 2016 року Радою Директорів МВФ було затверджено другий перегляд спільної з МВФ програми EFF. Відповідно до цього рішення було виділено третій за Програмою транш у розмірі 716,1 млн. СПЗ (1 млрд. дол. США). 3 квітня 2017 року Радою Директорів МВФ було затверджено третій перегляд спільної з МВФ Програми «EFF». Відповідно до цього рішення Україні було виділено четвертий за Програмою транш у розмірі 734,05 млн. СПЗ (близько 1 млрд. дол. США), який 5 квітня було спрямовано на поповнення резервів НБУ.

На сьогодні основними вимогами для завершення четвертого перегляду спільної з МВФ Програми «EFF»: прийняття пенсійної реформи, створення антикорупційних судів, прозора приватизація, а також запровадження автоматизованого механізму регулювання тарифів на газ та теплову енергію.

Загалом, в рамках співробітництва з МВФ Україна отримала 21 410,76 млн. СПЗ (еквівалент 31514,61 млн. дол. США).

Висновки

Отже, Україна користується кредитами МВФ з моменту одержання незалежності і до сьогодні. На жаль, для погашення заборгованості перед МВФ, Україна вимушена брати нові кредити у досить великих розмірах. Україна через надмірні зовнішні запозичення перетворюється на державу, яка не може існувати без кредитів. Окрім того, за рахунок залучення зовнішніх коштів економіка не буде розвиватись та досягти за короткий термін структурних реформ неможливо. Держава не може сподіватись на одночасне вирівнювання платіжного балансу через фінансову позику, а стійкого економічного зростання можна досягти лише з позитивним зовнішньоторговельним сальдо та міцним вітчизняним виробництвом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Н.І. Патика. Міжнародні валютно-кредитні відносини : навч. посіб. [Електронний ресурс] / Н.І. Патика // К.: Знання. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: https://pidruchniki.com/1211102247629/finansi/mizhnarodni_valyutno-kreditni_vidnosini.
2. Міжнародні валютні відносини: підручник [Електронний ресурс] / О.А. Звонова, А.В. Кузнецов, М.А. Ескіндаров, І.М. Платонова, М.В. Єршов, А.В. Навої, В.Я. Пищик, Т.В. Белянчикова, О.В. Ігнатова, Н.В. Сергєєва, О.В. Хмиз, Е.С. Соколова, А.І. Іллінський, І.А. Балюк. - Москва: КноРус, 2018. - 539 с. - Для бакалаврів і магістрантів. – Режим доступу до ресурсу: https://stud.com.ua/24719/ekonomika/mizhnarodni_valyutno-kreditni_vidnosini
3. Михайловська І.М. Міжнародний валютний фонд і його діяльність в Україні [Електронний ресурс] / Михайловська І.М., Ларіонова К.Л. – 2006. – Режим доступу до ресурсу: <https://textbooks.studio/ekonomika-uchebnik/mijnarodniy-valyutniy-fond-yogo-diyalnist-25587.html>.
4. Райда Т. З початку незалежності Україна отримала від МВФ \$31,3 млрд. Історія відносин [Електронний ресурс] / Т. Райда // GordonUa. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://gordonua.com/publications/s-nachala-nezavisimosti-ukraina-poluchila-ot-mvf-313-mlrd-istoriya-otnosheniy-181984.html>.
5. Міжнародне співробітництво. МВФ [Електронний ресурс] // Міністерство фінансів України. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.minfin.gov.ua/news/mizhnarodne-spivrobitnictvo/mvf>.
6. Марина А. С. міжнародний валютний фонд і Україна: історія співробітництва та сучасний стан відносин / А. С. Марина. // Науковий вісник УНУ. – 2016. – №8. – С. 12–15.

Панкова Валерія Денисівна — студентка групи МФК-16б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, valeripankova@gmail.com

Науковий керівник: **Джеджула В'ячеслав Васильович** — доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Valeriia D. Pankova - student of the MFK-16b group, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Supervisor: **Viacheslav V. Dzhezdhula** – Doctor of Economics, Professor, Department of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі розглянуто сутність поняття «конкурентоспроможність», визначено основні функції конкуренції та проаналізовано теоретичні підходи вчених щодо розуміння конкурентоспроможності підприємства. Запропоновано власне бачення категорії «конкурентоспроможність підприємства»

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємства

Abstract

The article considers the essence of the concept of "competitiveness", defines the main functions of competition and analyzes theoretical approaches of scientists in understanding the competitiveness of the enterprise. Proposed own vision of the category "competitiveness of the enterprise"

Keywords: competition, competitiveness, competitiveness of enterprise

Вступ

В сучасних умовах вітчизняні підприємства в якості основних цілей своєї діяльності встановлюють такі, як: отримання максимального прибутку та збільшення обсягів збуту; збільшення частки ринку; задоволення потреб, які існують на ринку тощо. Досягнення кожної з цих цілей супроводжується укріпленням позицій підприємства на ринку, тобто підвищенням його конкурентоспроможності.

Дослідження питань щодо сутності конкурентоспроможності виникають протягом всієї історії становлення ринкових економічних відносин, тому що саме конкуренція забезпечує розвиток ринку та економіки в цілому. Поняття конкурентоспроможність підприємства широко використовується в повсякденному вжитку, але на даний момент часу є не до кінця з'ясованими, що й викликає потребу в дослідженні цього поняття. Більш глибоке теоретичне обґрунтування даної категорії забезпечить його практичне коректне використання та застосування, що позитивно вплине на розвиток конкуренції та зростання конкурентоспроможності українських підприємств.

Дослідження теоретичних основ конкурентоспроможності підприємства знайшли своє відображення в працях таких закордонних та вітчизняних вчених, як: Ф. Хайєка, Р. Фатхутдінова, Х. Фасхієва, М. Портера, П. В. Алтухова, І. О. Борисюка, С. Б. Алексєєва, Л. В. Балабанової, С. Ф. Покропивного, О. В. Мороза та інших.

Проте слід зазначити, що кожен із зазначених вчених започаткував свій підхід або надав своє визначення конкурентоспроможності підприємства, що й викликало багатоваріантність його розуміння. Тому виникає необхідність у їх дослідженні та групуванні.

Метою статті є дослідження та систематизація теоретичних підходів вітчизняних та зарубіжних вчених щодо сутності «конкурентоспроможність підприємства» як економічної категорії.

Виклад основних результатів дослідження

Термін «конкурентоспроможність» з точки зору етимології походить від англійського дієслова «compete» (з англ. «конкурувати»), яке безпосередньо лежить в основі слова «competitiveness» (з англ. «конкурентоспроможність»). В українському трактуванні об'єднано два слова «конкуренція» і «спроможність», що означає здатність, наявність можливостей до конкуренції, змагання [1].

Конкуренція є центральним поняттям, що виражає сутність ринкових відносин. Конкуренція – це найважливіша ланка всієї системи ринкового господарства. Термін «конкуренція» (з лат. concurrentia) означає – суперництво, боротьба між відокремленими виробниками продукції, робіт, послуг щодо

задоволення своїх інтересів, пов'язаних з продажем цієї продукції, виконаних робіт, наданням послуг одним і тим же споживачам. Сам ринок, а також механізм його дії не може нормально існувати без розвинутих форм конкуренції. Як стверджував відомий англійський економіст Ф. Хайек, «суспільства, які покладаються на конкуренцію, успішніше за інших досягають своєї мети» [2].

Позитивна роль конкуренції у ринковій економіці проявляється в ряді функцій, які вона виконує [3]:

- по-перше, як переконає світовий досвід, конкуренція охоплює всі зв'язки виробництва і споживання, тобто є єдино можливим засобом досягнення збалансованості між попитом і пропозицією і в кінцевому підсумку – суспільними потребами та виробництвом;
- по-друге, конкуренція виконує функцію спілкування (кооперації) та погодження інтересів виробників. У результаті поділу праці інтерес кожного з них пов'язаний і взаємодіє з інтересами інших товаровиробників. Через ринковий механізм конкуренція підпорядковує індивідуальні прагнення суб'єктів господарювання суспільним інтересам;
- по-третє, конкуренція примушує товаровиробників знижувати індивідуальні виробничі витрати, що вимагає від підприємців постійного вдосконалення технічної бази виробництва, знаходження шляхів економії сировини, матеріалів, паливно-енергетичних ресурсів, робочого часу;
- по-четверте, конкуренція стимулює підвищення якості продукції та послуг. Ця функція набуває особливого значення в теперішніх умовах розвитку науки й технології, коли кожному виробнику надається можливість удосконалювати споживчі якості виробів, відповідаючи на зростаючі потреби та зміну смаків споживачів;
- по-п'яте, історично важливою функцією конкуренції є формування ринкової ціни. З її допомогою конкуренція забезпечує збалансоване співвідношення між суспільними потребами та суспільним виробництвом.

Виконуючи ці функції, конкуренція впливає на ефективність виробництва, підвищуючи його технічний рівень, забезпечуючи поліпшення якості та розширення номенклатури продукції.

Спроможність до конкуренції є конкурентоспроможністю. Дане поняття введено М. Портером в праці «Стратегія конкуренції», в якій він розглядає дану категорію як сукупність певних конкурентних переваг об'єкта серед аналогічних на ринку [6]. Самі ж конкурентні переваги характеризуються як сукупність характеристик товару чи послуги, які створюють певну перевагу перед конкурентами. Причому конкурентні переваги можуть бути технічними, технологічними, інформаційними, географічними, організаційними тощо.

Теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємства, обґрунтовані М. Портером, отримали подальший розвиток у працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. На сьогодні в науці існують різноманітні підходи до трактування поняття «конкурентоспроможність підприємства», які систематизовано у таблиці 1.

У більшості наведених підходів конкурентоспроможність підприємства розглядається як здатність ефективно використовувати внутрішні можливості підприємства для збереження існуючих і створення нових конкурентних переваг для успішної конкурентної боротьби на ринку товарів та послуг.

Незважаючи на різні підходи до визначення сутності конкурентоспроможності, усі дослідники визначають такі спільні риси:

1. Порівняльний характер. Конкурентоспроможність не є явищем, притаманним конкретному об'єкту, вона не витікає з його внутрішньої природи, а виявляється тільки за умов порівняння цього об'єкта з іншими.

2. Часовий характер (динамічність). Досягнутий в окремий проміжок часу рівень конкурентоспроможності торговельного підприємства не може розглядатися як довгострокова характеристика його ринкової позиції незалежно від ефективності його діяльності. Протидія інших суб'єктів господарювання, рішучість та активність їх конкурентних стратегій можуть призвести до втрати досягнутої позиції та зниження рівня конкурентоспроможності.

Виходячи із запропонованих підходів, визначення даної категорії можна уточнити таким чином: «конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства ефективно та вчасно коригувати параметри своєї господарської діяльності виходячи від змін у зовнішньому середовищі для підтримання існуючих та створення нових конкурентних переваг з метою досягнення власних стратегічних цілей».

Таблиця 1 – Підходи до визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства»

Автор	Визначення
1	2
Р. Фатхутдінов [4]	Це можливість підприємства робити конкурентоспроможну продукцію, перевагу підприємства щодо інших підприємств даної галузі в країні й за її межами.
Х. Фасх'єв [5]	Це реальна і потенційна здатність підприємства розробляти, виготовляти, збувати та обслуговувати в конкретних сегментах ринку конкурентоспроможні вироби.
М. Портер [6]	Це здатність успішно оперувати на конкретному ринку (регіоні збуту) в певний період шляхом випуску й реалізації конкурентоспроможних виробів і послуг.
Алтухов П. В. [7]	Це порівняльні переваги, якими володіє конкретне підприємство відносно інших підприємств, що є конкурентами на ринку товарів і послуг
Борисюк І. О., Єрьоменко А. В. [8]	Це здатність підприємства випускати та реалізовувати конкурентоспроможну продукцію.
Алексєєв С. Б. [9]	Це економічна категорія, яка дає змогу в умовах конкуренції представити на внутрішній і зовнішній ринки продукцію, яка з точки зору конкурентних переваг сприймається споживачем як краща за аналогічну продукцію конкурентів та дає змогу підприємству отримувати плановий дохід, реалізовувати стратегії конкурентної боротьби і забезпечувати виживання і бажане положення на ринку у довгостроковій перспективі.
Балабанова Л. В. [10]	Це рівень його компетентності порівняно з іншими конкурентами за такими параметрами, як технологія, практичні навички та професійні знання персоналу, рівень стратегічного і поточного планування, політика збуту, рівень управління, комунікації, якість систем управління, виробництва продукції тощо.
Покропивний С. Ф. [11]	Це здатність підприємства до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості за умов конкурентного ринку, тобто здатність забезпечувати випуск і реалізацію конкурентоспроможної продукції.
О. В. Мороз, В. С. Кузнєцов [12]	Це комплексна характеристика, що характеризує можливість підприємства у будь-який момент часу забезпечувати свої конкурентні переваги і прибутковість, а також адаптуватися до умов зовнішнього середовища, що постійно змінюються.

Таке трактування дає змогу розглядати досліджуване поняття:

1. Як систему взаємодіючих факторів, що надає можливість підприємствам підтримувати на належному рівні існуючі конкурентні переваги та створює умови для формування нових;
2. Як здатність даної системи змінювати параметри внутрішнього середовища залежно від ринкових потреб та ефективно взаємодіяти із зовнішнім середовищем;
3. Як системну категорію, що відображає конкурентоспроможність не лише як результат, а як процес діяльності підприємства з позицій досягнення його стратегічних цілей.

Висновки

Отже, в результаті проведеного дослідження розглянуто сутність конкурентоспроможності, а також визначено позитивну роль конкуренції в ринковій економіці, яка проявляється в ряді функцій, які вона виконує. В результаті систематизації існуючих підходів до конкурентоспроможності, її визначено як здатність підприємства ефективно та вчасно коригувати параметри своєї господарської діяльності виходячи від змін у зовнішньому середовищі для підтримання існуючих та створення нових конкурентних переваг з метою досягнення власних стратегічних цілей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Етимологічний словник української мови (у 7 томах) / Під ред. О. С. Мельничука, В. Т. Коломійця, О. Б. Ткаченка. – Т. 2. – К.: «Наукова думка», 1985. – 570 с.
2. Хайек Ф. Дорога к рабству / Ф. Хайек // Вопросы философии. – 1990. – № 11. – С. 123-165.

3. Журило Р. М. Конкурентоспроможність підприємства: теоретичний аспект / Р. М. Журило // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2015. – № 34. – С. 126-130.
4. Фатхутдінов Р. А. Управління конкурентоздатністю організації : [навч. посібник] / Р. А. Фатхутдінов, Г.В. Осовська. – К.: «Кондор», 2009. – 470 с.
5. Фасхiev Х. А. Как измерить конкурентоспособность предприятия / Х. А. Фасхiev // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 4 (36). – С. 53-69.
6. Портер М. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів : [навч. посібник] / М. Портер – К.: Центр навчальної літератури, 1997. – 390 с.
7. Алтухов П. Л. Процессный подход к обеспечению конкурентоспособности предприятия / П. Л. Алтухов // Вісник економічної науки України. – 2005. – № 2. – С. 3-5.
8. Борисюк І. О. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства / І. О. Борисюк, А. В. Єрьоменко // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2012. – №33. – С. 27-34.
9. Алексеев С. Б. Теоретические аспекты конкурентоспособности предприятий / С. Б. Алексеев // Экономика: проблемы теории и практики. – 2004. – № 21. – С. 614-619.
10. Балабанова Л. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств на основі маркетингу : монографія / Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. – Донецьк : Дон ГУЕТ, 2004. – 147 с.
11. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства : [навч. посібник] / Покропивний С. Ф. – К.: Наук. думка, 2000. – 320 с.
12. Мороз О. В. Маркетингові методи підвищення конкуренто-спроможності вітчизняних підприємств в період світової фінансової кризи / О. В. Мороз, В. С. Кузнецов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/20110629/10_moroz.php.
13. Джеджула В. В. Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств // Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю., Цвик О. Г. // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – №4. – С. 5 – 8.
14. 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.

Вікторія Віталіївна Кривіцька - студентка групи МОФ-15б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, email: viktoria.victory98@gmail.com

Науковий керівник: **Ірина Юріївна Єпіфанова** – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Viktoria V. Kryvitska - student, faculty of management and informational security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, email: viktoria.victory98@gmail.com.

Iryna Yu. Yepifanova – Cand. Ec. Sci (Eng), Assistant Professor of Finance and innovative management, Vinnitsia National Technical University, Vinnitsia.

ЯКІСНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ РОБІТНИКІВ 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 2015 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., 2018. – Режим доступу: <http://hdr.undp.org>.
2. Продуктивні сили України: науково-теоретичний економічний журнал (2017р.) [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.rvps.kiev.ua.
3. Конференція роботодавців України 2017 “Стратегічне партнерство Міністерства освіти і науки України з роботодавцями” [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.confue.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

КРАУДСОРСИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі розглянуто економічну сутність краудсорсингу. Узагальнено види краудсорсингу. Доведено важливість використання краудсорсингу в діяльності вітчизняних підприємств.

Ключові слова: краудсорсинг, маркетинг, конкурентоспроможність

Abstract

The article deals with the economic essence of crowdsourcing. Types of crowdsourcing are generalized. The importance of use of crowdsourcing in the activity of domestic enterprises is proved.

Keywords: crowdsourcing, marketing, competitiveness

Вступ

В сучасних умовах підприємствам потрібно постійно визначати стратегію забезпечення конкурентоспроможності. Зважаючи а обмеженість ресурсів, які є в розпорядженні підприємства, важливо використовувати ті інструменти, які сприятимуть зростанню конкурентоспроможності за мінімальних витрат. Для цього, вітчизняним підприємствам варто використовувати світові інструменти залучення ресурсів, зокрема краудсорсингу. Краудсорсинг є однією з форм залучення людей до безпосередньої участі в колективній творчості, вирішення проблем і генерації пропозицій для постачальників завдань. Питання, пов'язані з розглядом сутності краудсорсингу, його видів та складових розглядають такі вчені як Howe J., Brabham D.C., Taeihagh A., Whitla P.

Разом з тим, потребує подальшого розгляду можливість використання краудсорсингу вітчизняними підприємствами як фактору підвищення конкурентоспроможності.

Метою даної роботи є визначення перспектив використання краудсорсингу вітчизняним підприємствами як інструменту конкурентоспроможності в сучасних умовах.

Викладення основного матеріалу

Переважає більшість вчених притримується думки, що першою згадкою використання краудсорсингу є конкурс, проведений парламентом Великобританії в 1714 р., який передбачав визначення довготи на вітрильних судах [1]. Як економічна категорія термін «краудсорсинг» вперше запропонований Джеффом Хоувом в 2006 р, який визначив краудсорсинг як «процес, в якому компанія переносить певні функції, які до цього покладалися на співробітників і аутсорсингові підприємства, а також постачальників, на невизначену, досить велику кількість людей в форматі відкритого запиту» [2]. Краудсорсинг визначають і як інформаційне залучення натовпу з метою вирішення проблем, завершення завдань, створення ідеї та виробництва, в якому розсіяні знання окремих осіб і груп використовується шляхом комбінації інноваційних процесів, що виходять з натовпу, для ефективного вирішення цілей, поставлених та започатковані організацією [3-5].

Під «краудсорсингом» розуміють і організацію роботи групи людей над яким-небудь завданням заради досягнення загальних благ. Це практика одержання необхідних послуг, ідей або контенту шляхом прохання про сприяння, звернення до великих груп людей, особливо – до онлайн-співтовариства, передача певних виробничих функцій невизначеному колу осіб, що не передбачає укладення трудового договору [6].

Отже, усі автори погоджуються із тим, що краудсорсинг передбачає залучення групи людей (яка може бути як відібрана самим підприємством, так і бути довільною) для вирішення певного завдання.

Краудсорсинг – це частина того, що називається «інновацією з розрахунку на користувача». Ключовою відмінністю краудсорсингу від традиційних комунікаційних інструментів є однозначна направленість на дію. Людина не просто витрачає свої ресурси, вона спрямовує їх на виконання конкретного завдання.

Таким чином, в загальному вигляді, краудсорсинг є процесом з організації можливості використання знань, ідей, розумових здібностей певної групи людей для вирішення заданих проблем як на платній, так і на безоплатній основі.

Збільшення обсягів продажу персональних комп'ютерів та інших цифрових пристроїв та збільшення частки підключених пристроїв до Інтернету дозволило істотно знизити витрати із залучення учасників до Інтернет-спільнот, у тому числі і зайнятими в краудсорсингу, і витратами на пошук і обробку ідей-багато мільярдів людей стали потенційними учасниками краудсорсингу. Отже, виникнення та розповсюдження Інтернету активізувало дану форму співпраці підприємства із споживачами.

Існує безліч інструментів, які допомагають використати краудсорсинг в Інтернеті, зокрема соціальні мережі, основою яких є розповсюдження інформації та схвалення. Будь-яке підприємство за умови ефективної побудови програми краудсорсингу має можливість за лічені секунди охопити значну мережу реальних та потенційних споживачів продукції, товарів, робіт та послуг. Особливо цікавим даний інструмент є для тих підприємств, які мають власні сайти, а також сторінки в соціальних мережах декількома мовами, що збільшує потенційну кількість осіб, які вважатимуть за потрібне сприяти підприємству у вирішенні певних питань.

Отже, краудсорсинг знаходиться на стику двох явищ, які отримують широке розповсюдження в сучасній економіці: соціалізація бізнесу та відкриті інновації.

В цілому в літературі виділяють різні підходи до класифікації краудсорсингу(доповнено на основі [7-9]):

- 1) за сферою життя (бізнес, соціальний, політичний);
- 2) за типом вирішення задач (створення продукту (контенту), голосування, пошук рішення, пошук людей, збір інформації, збір думок, тестування, служба підтримки, збір засобів (краудфандинг);
- 3) за видами (створення, мудрість, фінансування, голосування);
- 4) в залежності від суб'єкта організатора (краудсорсинг силами компанії, краудсорсинг, що здійснюється сторонньою організацією);
- 5) залежно від періодичності (постійний, тимчасовий, разовий);
- 6) за змістом (спрямований на пошук рішення поставленої бізнесом проблеми, спрямований на створення готового рішення, продукту, послуги за наявними вимогами, спрямований на проведення експертизи рішення, проекту, документу);
- 7) в залежності від учасників (працівники підприємства; локальний краудсорсинг, національний краудсорсинг, світовий краудсорсинг);
- 8) залежно від доступності (відкритий, закритий);
- 9) залежно від наявності економічних вигід (з оплатою, без оплати);
- 10) залежно від цілей (оптимізація витрат, збільшення обсягів продажу, пошук інноваційних рішень).

Крім того, в літературі виділяють наступні типи краудсорсингу [3]:

- Віртуальні ринки праці - це інформаційно-маркетинговий ринок, на якому особи можуть надавати онлайн-послуги, які можна виконувати будь-де, які пропонуються підприємствами зазвичай через мікро-завдання, типізуючи виробничу модель краудсорсингу, в обмін на грошову компенсацію.

Мікро-завдання – це дії, які можна розділити на різні етапи, які можуть бути завершені паралельно та за масштабами, використовуючи обчислювальні потужності людини. На даний момент більшість цих завдань вимагають низьких і середніх рівнів кваліфікації, а рівень компенсації за завдання є низьким.

- Турнір краудсорсингу – форма краудсорсингу, за якої підприємства викладають завдання спеціалізованим ІТ-опосередкованим платформам, які формують змагання та встановлюють правила і призові місця для змагань. Особи або групиможуть опублікувати свої рішення через спеціалізовану ІТ-опосередковану платформу для розгляду на приз, який коливається від кількох сотень доларів до сотень тисяч доларів або навіть більше.

- Відкрите співробітництво – підприємство опубліковує проблеми, які підлягають вирішенню через ІТ-системи та громадяни добровільно займаються цими питаннями, як правило, не очікуючи грошової компенсації. В даному випадку рівень залучення ідей від громадян залежатиме від низки

факторів, зокрема таких як ефективність «відкритого дзвінку» підприємству, охопленням та залученням громадян ІТ-платформою, що використовується.

Крім того, на сьогодні низка вчених звертає увагу на науковий краудсорсинг [9]. Позитивні результати університетів, коледжів та вищих навчальних закладів, що використовують краудсорсинг, показують, що найкращою людиною для виконання роботи є той, хто найбільше бажає виконувати цю роботу. Краудсорсинг пропонує безліч переваг студентам, які беруть участь. Наприклад, краудсорсинг дає учням досвід реального світу у розробці креативних рішень важливих проблем.

Піддаються перебудові і різні наукові дисципліни під дією нових розподілених дослідницьких методів. Першою академічною дисципліною, яка зазнала суттєвого впливу краудсорсингу, виявилась орнітологія, в якій проект eBird.org привів до створення всесвітньої онлайнової бази спостереження за птахами в реальному масштабі часу. Проект зблизився з відносно невеликим числом орнітологів-професіоналів та великої армії розподілених по земному шару добровольців.

Компанія ABBYY, відома створеною програмою для читання файлів у різних форматах, створила проект з перекладу глобального курсу Coursera на російську мову. Над перекладом з англійської працюють не лише професійні філологи, а й звичайні користувачі, які добре володіють англійською мовою на спеціально створеній платформі із хмарної технології SmartCat.

Всесвітньо відома конференція TED, яка проводиться за допомогою волонтерів також є прикладом використання краудсорсингу. Крім того, під краудсорсинг створюють цілі платформи. Так, uTest є найбільшою в світі тестовою платформою для перевірки програмних продуктів. uTest пропонує проведення всього комплексу тестування за допомогою співтовариства з більш ніж 30 тис. професійних тестерів з більш ніж 165 країн. На цій платформі можна проводити різні види тестувань. Місія компанії полягає в тому, щоб забезпечити виробників програмного забезпечення найбільш ефективним з точки зору співвідношення ціни та якості рішення, яке можна користуватися в будь-який час і в будь-якому місці.

Отже, існує значна кількість видів краудсорсингу, які можна використати з метою підвищення конкурентоспроможності. Зокрема, підприємства можуть залучати споживачів до створення нового продукту, нової реклами, нових ідей, для опрацювання певного масиву роботи, який не містить комерційної таємниці та не потребує значної кваліфікації. Взаємодія зі споживачами може проходити як за допомогою сайту підприємства, так і за допомогою соціальних мереж, спеціальних ІТ-платформах.

Досить перспективним для вітчизняних підприємств може стати активне залучення студентів в діяльність підприємства, зокрема як інтелектуального активу. З цією метою підприємства можуть надавати свої виробничі потужності для проведення окремих практичних завдань та дослідно-конструкторських розробок студентів, а студенти матимуть можливість отримати реальні практичні навички. В результаті такої співпраці підприємства можуть використовувати розробки й напрацювання студентів в своїй виробничій діяльності та бачити потенційних працівників.

Використання краудсорсингу зближує як реальних, так і потенційних покупців з підприємством. Підприємство в такому випадку показує значимість кожного споживача та зацікавленість не лише у купівельній спроможності, проте й у їх реальних бажаннях та потребах. В такому випадку споживач відчуває себе значимим та збільшує соціальний статус підприємства. Зважаючи на сучасну концепцію розвитку суспільства, досить важливим є соціальний статус підприємства, який може як сприяти зростанню обсягів реалізації та діловій активності підприємства, так і спричинити фінансові втрати.

Прикладом краудсорсингу є Соціальна мережа для пошуку і встановлення ділових контактів LinkedIn, в якій зареєстровано понад 85 мільйонів користувачів, що представляють 150 галузей з 200 країн, що забезпечує можливість залучити потрібних фахівців до обговорення проблеми

Компанія «Procter&Gamble» на сайті «InnoCentive» публікує проблеми, які вона не може вирішити сама, пропонуючи натомість великі грошові винагороди понад 160 тисячам осіб, які є неофіційними безкоштовними співробітниками компанії.

Отже, на сьогодні існує значна кількість підприємств, платформ, які базуючись на методах мозкового штурму, експертного аналізу, збільшують інтелектуальний капітал, отримуючи ідеї та пропозиції від усіх зацікавлених осіб.

Особливої актуальності краудсорсинг набув на тлі зростання активності волонтерського руху тарізноманітних акцій зі збору гуманітарної допомоги в Україні в зв'язку зі збройним конфліктом на сході країни. Саме інтернет та соціальні мережі стали основним інструментом пошуку ресурсів та допомоги армії, біженцям, постраждалим у бойових діях.

Прикладом краудсорсингу виступають ініціативи Вінницького благодійного фонду «Подільська громада», за участі якої відбуваються такі соціальні проекти на умовах краудсорсингу як аукціон проектів, «Вінниця – це моє місто», «Дворовий спорт», «Веселий лікар» та інші [10]. Суть цих програм полягає в залученні ідей щодо благоустрою міста за різними напрямками, впровадження соціальних проектів, найкращі з яких реалізуються за рахунок коштів Благодійного фонду, або ж переможці найкращих проектів отримують фінансування на ці проекти.

Отже більшість вітчизняних проектів пов'язаних із використанням краудсорсингу мають соціальне спрямування й практично не використовуються в господарській діяльності підприємств.

Висновки. Таким чином, ключова перевага краудсорсингу полягає в тому, що його впровадження на підприємствах дозволяє ефективніше використовувати наявні ресурси в порівнянні з традиційними підприємствами.

Вітчизняним підприємствам доцільно активно використовувати можливості краудсорсингу для підвищення конкурентоспроможності та прибутковості. З цією метою необхідним є активний зв'язок із потенційними та реальними споживачами через власні сайти та через сторінки у соціальних мережах.

Досить перспективним для вітчизняних підприємств може стати активне залучення студентів в діяльність підприємства, зокрема як інтелектуального активу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ellis S. A History of collaboration, a future in crowdsourcing: Positive impacts of cooperation on British librarianship/ Ellis S. // Libri. – 2014. – 64 (1). – P. 1–10.
2. Howe J. The rise of crowdsourcing / Howe J. // Wired Magazine. – 2006. – Volume 14. – Issue 6. – P.1-4.
3. Taeihagh A. Crowdsourcing, Sharing Economies and Development / Taeihagh, A. //Journal of Developing Societies. –2017. – Vol 33(2). – P. 191–222.
4. Brabham D. C. Crowdsourcing as a model for problems olvingan introduction and cases / Brabham, D.C. // Convergence. 2008. – 14(1). – P. 75–90.
5. Dzhedzhula V. V. Crowdsourcing as a part of company's intellectual capital / V. V. Dzhedzhula, I. Yu. Yepifanova // Науковий вісник Полісся. – 2018. – № 2 (14). Ч. 2. – С. 39-47.
6. Что такое краудсорсинг? Типы и виды, способы заработка и поиска новых идей [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pro-spo.ru/freelance/3289-chto-takoe-kraudsorsing>.
7. Майстренко, О.В. Краудсорсинг: сутність, види, принципи та інструменти застосування / Майстренко О.В. // Економіка та суспільство. – 2017. – №9. – С. 507-511.
8. Химич І. Краудсорсинг – сучасна фінансово-маркетингова стратегія підприємства [Електронний ресурс] / І.Химич // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2014. – Вип. 1 (10). – С. 242-249. – Режим доступу до журн.: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2014/14kihmsp.pdf>.
9. Monika Skaržauskaitė The application of crowdsourcing in educational activities / Skaržauskaitė M. // Socialtechnologies. – 2012. – 2(1). – P. 67–76.
10. Офіційний сайт Благодійного фонду «Подільська громада» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://gromada.vn.ua>.

Джеджула В'ячеслав Васильович — доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail:djedjulavv@gmail.com

Ірина Юріївна Єпіфанова – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail:epifanovairene@gmail.com

Viacheslav V. Dzhedzhula – Doctor of Economics, Professor, Department of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsia, e-mail:djedjulavv@gmail.com

Iryna Yu. Yepifanova – Cand. Sc. (Econ), Assistant Professor of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsia, e-mail:epifanovairene@gmail.com

НЕОБХІДНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГУ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі розглянуто сутність туристичного маркетингу, охарактеризовано основні інструменти туристичного маркетингу та узагальнено особливості маркетингу туристичних підприємств.

Ключові слова: маркетинг, туризм, маркетингова стратегія, туристичні послуги, туристичний маркетинг

Abstract

The thesis describes the essence of tourism marketing, describes the main tools of tourist marketing and generalizes the features of marketing of tourism enterprises.

Key words: marketing, tourism, marketing strategy, tourist services, tourism marketing.

Вступ

Сучасний розвиток українського туризму характеризується наявністю протиріч в його організаційній структурі. Існують також проблеми у напрямку спрямованості його розвитку та в стані якісних і кількісних характеристик. Адже з одного боку, на сьогодні стан туризму в Україні вважається кризовим та таким, що пов'язаний з різким падінням досягнутих раніше об'ємів надання туристських послуг. Спостерігається скорочення матеріальної бази туристичної галузі і невідповідність потребам і вподобанням споживачів у туристичних послугах. Обсяг туристичного ринку не відповідає своїм потенційним можливостям бо рівень використання внутрішніх рекреаційних ресурсів України становить лише близько 8%. З іншого ж боку, наразі спостерігається значне зростання кількості числа туристичних організацій та підприємств по всій території України та високі темпи будівництва туристичних об'єктів, які відповідають найвищим світовим стандартам. Тому туристичні компанії, фірми, підприємства та організації повинні використовувати маркетингову діяльність для успішної і прибуткової роботи та зайняття власного місця на ринку послуг. Це допоможе розпізнати, ідентифікувати і оцінити існуючий або прихований попит на послуги, які підприємство пропонує або може запропонувати, і спрямувати зусилля фірми на розробку, виробництво, розподіл, продаж і просування власних якісних послуг і товарів.

Метою даної роботи є узагальнення особливостей маркетингу на туристичних підприємствах.

Результати дослідження

Галузь туризму за своїми основними характеристиками не має жодних принципових відмінностей від інших форм господарської діяльності. Тому всі існуючі положення сучасного маркетингу можуть бути повною мірою застосовані і в туристичній сфері. У той же час в туризмі є своя специфіка, що відрізняє його не тільки від торгівлі товарами, але і від інших форм торгівлі послугами. Тут має місце торгівля, як послугами, так і товарами, а також особливий характер споживання туристичних послуг і товарів в місці їх виробництва та в певній ситуації.

Проблематику досліджуваної теми аналізували такі вчені, як В. Кифяк [1], Е. Борсученко [2], Ю. Миронов [3], О. Будя [4], О. Кирилова [5], О. М. Пальчук [6] та інші.

Поняття туристичного маркетингу розглядалось багатьма вченими. Наприклад, Х. Криппендорф подає таке визначення туристичного маркетингу: «Туристичний маркетинг - це систематичні зміни та координація діяльності туристичних компаній, а також приватної та державної політики в сфері туризму. Мета таких змін полягає в тому, щоб найбільш повно задовольняти потреби певних груп споживачів, враховуючи при цьому можливості отримання відповідного прибутку» [4].

Головною причиною виділення туристичного маркетингу як окремого виду маркетингу став бурхливий розвиток туризму, який у багатьох країнах світу став важливою галуззю народного господарства, а в деяких – і головним джерелом доходів, як наприклад для маленького містечка

Буньоль в Іспанії. Це місто декілька десятків років тому не було відоме як популярне для туристів. Але прославилось на весь світ своїм святом. La Tomatina, під час якого туди приїжджають понад сорок тисяч туристів, в той час як населення самого містечка лише дев'ять тисяч чоловік. Це щорічне свято, що проходить в останній тиждень серпня. В 2002 році центральне бюро туризму присвоїло фестивалю в Буньолі статус міжнародного.

Появі та розвитку туристичного маркетингу загалом сприяли:

- підвищення життєвого рівня населення та доступності туристичних послуг населенню;
- розвиток транспортних комунікацій, що сприяє розширенню географії подорожей та розвитку міжнародного туризму;
- розквіт міжнародних політичних, економічних та культурних відносин, що сприяє формуванню ділового туризму, подорожей у службових цілях;
- процеси глобалізації, внаслідок яких подорожувати світом стало легше.

Таким чином, поява великої кількості туристів та різноманітність їх вимог зумовили необхідність здійснення маркетингової діяльності на ринках туристичних послуг. Особливості туристичного маркетингу визначаються в першу чергу особливостями туристичного продукту, а також специфічними рисами виробників та споживачів туристичних послуг [6, с.37].

Туризму як продукту діяльності туристичних фірм властиві такі риси:

1. досить висока еластичність попиту, що пояснюється рівнем доходів і цін;
2. неможливість пристосовуватися в часі і просторі до вимог споживачів, тобто стабільність місця відпочинку, певні сезони тощо;
3. наявність численних наборів стандартних послуг, що надаються групі туристів за одну поїздку, у тому числі готельні, транспортні, екскурсійні, комунальні і т.д., кожна з яких має свою специфіку [6].

Одним із центральних елементів маркетингової діяльності туристичних фірм є проведення рекламних кампаній. Реклама здійснює значний психологічний та соціокультурний вплив на споживачів послуг, спонукаючи їх до тих чи інших дій. Реклама допомагає туристичним підприємствам освоювати нові ринки збуту, розширювати об'єми продаж, збільшувати доходи та забезпечувати належну оплату праці персоналу і сприятливий морально-психологічний клімат в колективі. Засоби реклами можуть бути дуже різноманітними. Як показав досвід, найбільш ефективними виявились такі, як: преса, телебачення, радіо, відеоролики, поштові відправлення, зовнішня реклама, сувенірна реклама, реклама в соціальних мережах.

Варто підкреслити, що реклама в туризмі повинна враховувати особливості регіону, країни, традиції та звички потенційних споживачів. Усе це також вимагає попереднього ґрунтовного маркетингового дослідження [6, с.60].

Туристичними брендами можуть бути як держава, так і регіони, міста, великі проекти забудов, позиціонування яких відбувається у світових масштабах. Державний брендинг повинен враховувати взаємопов'язаність структурних, соціальних, культурних, політичних аспектів та маркетингових технологій і візуальної комунікації.

Основним завданням розвитку туризму в Україні є формування сучасної маркетингової стратегії просування туристичного продукту на внутрішньому й міжнародному ринках. Виконання зазначеного завдання вимагає:

- розробки та реалізації рекламно-інформаційних програм по виїзному та внутрішньому туризму, в тому числі створення циклів теле- і радіопрограм для України і закордонних країн, а також проведення регулярних рекламно-інформаційних компаній в ЗМІ;
- видання каталогів, буклетів, плакатів, карт та іншої рекламно-інформаційної друкованої продукції;
- організації і проведення міжнародних туристичних виставок;
- забезпечення діяльності закордонних представництв по туризму, виконуючих функції рекламно-інформаційних офісів, в рамках діяльності торгових представництв України;
- підтримання і оновлення офіційного Інтернет-порталу органу виконавчої влади в сфері туризму;
- проведення ознайомчих поїздок по туристичним центрам України для іноземних журналістів;

- організації презентацій туристичних можливостей України в основних країнах, що направляють туристів в Україну;
- формування сучасної статистики туризму, що відповідає міжнародним вимогам в рамках рішень Статистичної комісії ООН, що враховує показники суміжних галузей і визначає сукупний вклад туризму в економіку країни [3].

Отже, беручи до уваги вищесказане, можна виділити наступні особливості туристичного маркетингу:

1. Для маркетингу в туризмі в меншій мірі важлива задача стимулювання попиту. Попит на туристичні послуги постійно росте, а індустрія туризму в меншій, ніж інші сфери залежить від коливань ринкової кон'юнктури. Для туристичного маркетингу більш важливою є задача «направити попит» в потрібне русло.

2. Велике значення набуває достовірна інформаційна політика по відношенню до споживача, особливо на етапі продажу послуг, а також пильність при розробці туристичної продукції.

3. Враховуючи особливу роль суб'єктивного чинника в процесі придбання саме туристичних послуг, туристичним фірмам варто велику увагу звертати на захист прав споживача цих послуг.

4. Вплив чинника сезонності обумовлює необхідність диверсифікації туристичних послуг або особливої уваги до маркетингових заходів в міжсезонний період, щоб зробити фірму менш залежною від часового фактору.

5. В процесі управління маркетингом варто враховувати в більшій мірі, ніж в інших сферах не тільки матеріальні аспекти, але й психологію, духовно-емоційний стан та особливості споживача.

6. Зважаючи на те, що туристична продукція являє собою, як правило, складний комплекс матеріальних і ідеальних компонентів, велике значення для досягнення кінцевого результату маркетингових заходів має координація маркетингу всіх учасників виробництва туристичних послуг, туристичних центрів, державних органів, що регулюють туристичну діяльність, громадських об'єднань.

Висновок

Успіх туристичних підприємств на ринку істотно залежить не тільки від базових факторів, таких як: природно-кліматичні умови, матеріально-технічна база туризму, безпека і комфорт, туристична інфраструктура, наявні туристичні та рекреаційні ресурси, організаційне забезпечення та державне регулювання туристично-рекреаційної сфери тощо, але і в значній мірі від маркетингових факторів, що забезпечують створення економічно привабливого туристичного продукту для цільової аудиторії за допомогою створення та реалізації маркетингової стратегії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб / В. Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300 с.
2. Борсученко Е.І. Бізнес і зони вільного підприємництва / Е. І. Борсученко, А. І. Барановський. – К.: УкрІНТЕІ, 1993. – 36 с.
3. Миронов Ю. Б. Використання маркетингу у сфері туризму / Ю. Б. Миронов // Молодь і ринок. – 2002. – №1. – С.57-60.
4. Будя О. П. Інноваційні напрями розвитку маркетингу в сфері туризму і гостинності / О. П. Будя, О.В. Вертелева // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2008. – №6. – С.142-149.
5. Кирилова О. Маркетинг на ринку туристичних послуг / О. Кирилова // Маркетинг в Україні. – 2009. – №3. – С.57-59.
6. Пальчук М.І. Особливості туристичного маркетингу / М.І. Пальчук// Культура народів Причорномор'я. – 2003. – №38. – С.37-40.

Подоланчук Катерина Василівна – студентка групи МОф-15б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: fm2mo15.podolanchuk@gmail.com

Науковий керівник: **Джеджула В'ячеслав Васильович** — доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Kateryna Podolianchuk – Department of finance and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: fm2mo15.podolianchuk@gmail.com

Supervisor: ***Viacheslav V. Dzhedzhula*** – Doctor of Economics, Professor, Department of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Фактори, що впливають на прибуток підприємства

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Робота присвячена дослідженню факторів, які впливають на прибуток підприємств. Визначено фактори, які можуть бути використані для подальшого зростання прибутку.

Ключові слова. прибуток, підприємство, фактори.

Abstract

The article substantiates the importance factors which affect income tax. The factors that may be used to further increase profits have been studied.

Keywords: profit, enterprise, factors.

Вступ

Прибуток є важливою і головною рушійною силою економіки, узагальнюючим показником діяльності підприємства. Оскільки він найповніше характеризує ефективність господарської діяльності підприємств, їх фінансові можливості й у кінцевому підсумку визначає рівень фінансової стабільності у державі.

Науковці приділяють багато уваги до визначенню сутності фінансових результатів, а саме прибутку та факторів, що на нього впливають. Цим питанням присвячені роботи таких авторів, як: Цал-Цалко Ю. С., Іванієнко В. В., Поддєрьогін А. М., Білик М. Д., Івахненко В. М., Горбатюк М. І., Ковальов А. П., Гриньова В. М., Бланк І. А.

Метою даної роботи є узагальнення факторів, що впливають на формування прибутку підприємства.

Виклад основного матеріалу

На сучасному етапі метою будь-якого підприємства незалежно від форми власності є одержання прибутку, який є критерієм ефективності його господарської діяльності, важливим джерелом задоволення соціальних потреб суспільства, рушійною силою економічного розвитку держави, основним джерелом формування фінансових ресурсів. Існує багато трактувань щодо визначення сутності прибутку. На мою думку, найбільш вдалим є погляд Бланка І. О., який полягає у тому що: "прибуток становить виражений чистий дохід підприємця у грошовій формі на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності", який є різницею між сукупним доходом та сукупними витратами у процесі здійснення цієї діяльності [1]. В роботі [2] прибуток визначають як кінцевий результат діяльності суб'єкта господарської діяльності, який визначається, як різниця між доходами, отриманими від певного виду діяльності та відповідними витратами, понесеними для отримання доходів впродовж здійснюваної ризикової та суспільно-корисної діяльності.

Зміна в динаміці прибутку стає сигналом необхідності прийняття управлінських заходів щодо виявлення фактора впливу і його усунення у тому разі, якщо він носить негативний характер, або ж використання його в якості резерву збільшення прибутку у тому випадку, якщо він позитивний. Процес накопичення прибутку відбувається під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього характеру.

Внутрішні фактори впливу на прибуток підприємства – це фактори, які залежать від діяльності підприємства: обсяг діяльності підприємства, стан та ефективність використання ресурсів підприємства, рівень доходів, рівень витрат, ефективність цінової та асортиментної політики.

Внутрішні фактори поділяються на основні та неосновні [3-4]. Неосновними є ті фактори, які пов'язані з порушенням господарської дисципліни. Одним із основних факторів зростання прибутку є обсяг продажу продукції.

Внутрішні фактори додатково поділяють на виробничі та невиробничі. Невиробничі фактори, являють собою комерційну діяльність підприємства. Виробничі фактори характеризують наявність та використання усіх засобів та ресурсів для виробництва продукції.

Зовнішні фактори впливу на прибуток підприємства – це фактори, які не залежать від діяльності підприємства: державне регулювання цін в сучасних умовах на товари, які входять до споживчого кошика, подорожчання послуг інших галузей народного господарства, система оподаткування, зміна нормативних документів по кредитуванню, збільшення облікової ставки за користування кредитними, політика держави по формуванню доходів, відсутність індексації доходів населення залежно від темпів інфляції.

Слід зазначити, що в економічній літературі погляди науковців щодо класифікації факторів різноманітні. Так, наприклад, О. Бородіна розподіляє фактори на залежні та незалежні від діяльності підприємства. До залежних факторів відносить рівень господарювання, компетентність працівників, конкурентоспроможність продукції, організацію виробництва та праці, продуктивність праці, стан та ефективність фінансового планування. До незалежних факторів належать: кон'юнктура ринку, рівень цін на матеріально-сировинні та паливно-енергетичні ресурси, норми амортизаційних відрахувань [5, с. 67]. Однак у кожній концепції є свої недоліки. У цій концепції – не врахування того, що обсяг збуту залежить від ситуації на конкретному ринку.

І. А. Бланк здійснює набагато глибшу градацію факторів впливу на прибуток підприємства, пропонуючи поділяти їх на макроекономічні (серед яких виділяє галузеві, регіональні, внутрішньоринкові) та мікроекономічні [1]. Останнім часом вчені пропонують виділяти ще такі фактори підвищення прибутку підприємства, як застосування маловідходних і ресурсозберігаючих технологій та інтенсифікація використання повторно відновлюваної сировини і джерел енергії, що дає змогу отримувати значний прибуток за рахунок економії виробничих і природних ресурсів.

Більш точними є погляди Дж. Р. Хікса [6], який проблему максимізації прибутку підприємства зводить до максимізації вартості виробничого плану. Як стверджує науковець, «прибуток можна збільшити або за рахунок відповідного розширення випуску, або за рахунок скорочення відповідних вкладень у застосовувані ресурси» [6, с. 340]. Із цим твердженням можна погодитися, але за умови деяких доповнень. Зокрема, підвищення прибутковості підприємства можна досягти швидше за рахунок збільшення обсягів реалізації, а не виробництва продукції, оскільки не завжди реалізуються всі вироблені товари. Крім того, скорочення витрат забезпечить підвищення прибутковості підприємства лише за умов, коли обсяги реалізованої ним продукції (у вартісному вираженні) залишаться незмінними, зростуть або ж скоротяться на суму, меншу за суму скорочення витрат [7, с. 115].

Тобто, виходячи з вищевикладеного, можна підсумувати, що максимізація прибутку та прибутковості підприємства може бути досягнута за таких умов:

- збільшення обсягів випуску та реалізації продукції;
- за рахунок зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції;
- впровадження економічно обґрунтованих норм на підприємстві;
- при впровадженні досягнень науково-технічного прогресу;
- за рахунок підвищення якості продукції, що реалізується;
- за рахунок підвищення продуктивності праці;
- використання вторинних ресурсів та попутних продуктів;
- застосування правильної тактики в області встановлення цін;
- правильний та економічно - обґрунтований вибір маркетингової політики підприємства.

Висновки

Отже, розподіл і використання прибутку є найважливішим господарським процесом, який забезпечує покриття потреб підприємців і формування доходів держави. Прибуток має забезпечити підприємство власними коштами для розширення виробничих фондів, стимулювати підвищення ефективності виробництва та формування централізованого грошового фонду. На величину прибутку впливають різні фактори, вони пов'язані з фінансово-господарською діяльністю підприємства. Одні безпосередньо впливають на прибуток, їх можна визначити за допомогою методів факторного аналізу. Інші мають непрямий вплив у вигляді яких-небудь показників

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бланк И.О. Управление прибылью / И.О. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2003. – 752 с.

2. Єпіфанова І. Ю. Прибуток підприємств в управлінні інноваційною діяльністю // Вісник ОНУ ім. І.І. Мечнікова. – 2017. – Т. 22, Вип. 5(58). – С. 117-121.
3. Єпіфанова І. Ю., Фактори зростання прибутку підприємства /І. Ю. Єпіфанова, В. С. Гуменюк // Молодий вчений. – 2016. – №7(34). – С. 46-49.
4. Єпіфанова І. Ю. Фінансовий аналіз та звітність: практикум / І. Ю. Єпіфанова, В. В. Джеджула. – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 143 с.
5. Бородин Е. Финансы предприятий / Е. Бородин. – М. :Банки и биржи ЮНИТИ, 2005. – 355 с.
6. Хикс Дж. Р. Стоимость и капитал / Дж. Р. Хикс ; пер. с англ. ; общ. ред. и вступ. ст. Р.М. Энтова. – М. : Прогресс, 1993. – 488 с.
7. Оксенюк Т.М. Фактори підвищення прибутковості підприємства: еволюційний аспект / Т.М. Оксенюк // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – Випуск 13. – Частина 3.– С. 115–118.

Альона Ігорівна Голубко – студентка групи МОф-15б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця,
e-mail: fm.2mo15.golubko@gmail.com

Науковий керівник: **Ірина Юріївна Єпіфанова** – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Alona I. Golubko– Department of finance and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail fm.2mo15.golubko@gmail.com

Supervisor: **Irina Yu. Yepifanova** – Cand. Sc. (Eng), Assistant Professor of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Проведено дослідження сутності фінансового планування підприємства, запропоновано методику складання поточного фінансового плану підприємства як найбільш важливого і вагомego розділу фінансового планування.

Ключові слова: фінансове планування, поточний фінансовий план, планування операційної діяльності, планування інвестиційної діяльності, планування фінансової діяльності, доходи, витрати, прибуток.

Abstract

The research of essence of financial planning of the enterprise was conducted, the method of drawing up of the current financial plan of the enterprise as the most important and important section of financial planning is offered.

Keywords: financial planning, current financial plan, operational planning, investment planning, financial planning, income, expenses, profit.

Вступ

Центральне місце в побудові фінансового планування посідає фінансовий план. Фінансовий план – це система грошових надходжень і витрат, що забезпечують функціонування виробничого процесу і задоволення соціальних потреб підприємства.

Метою складання фінансового плану є визначення грошових і матеріальних ресурсів підприємства, які забезпечували б виконання поставлених завдань, в частині виробничої, інвестиційної та іншої фінансової діяльності.

Фінансове планування діяльності підприємства може здійснюватись у формі складання стратегічних, довгострокових, поточних і оперативних планів. Не применшуючи роль і значимість кожної із наведених форм планування, але, враховуючи сучасну економічну ситуацію і стан управління фінансовими ресурсами і планування, першочергове значення ми надаємо впровадженню в практику поточного фінансового планування, тобто складанню на основі певної стратегії економічного розвитку підприємства річних фінансових планів з їх щоквартальною розбивкою. Як засвідчує практика, поточне планування сприяє зростанню конкуренції та більш ефективному використанню фінансових ресурсів, вирішенню виробничих і соціальних задач, злагодженості роботи економічних і фінансових служб, підвищенню ефективності функціонування господарського механізму в цілому.

Викладення основного матеріалу

В умовах адміністративно-командної економіки фінансовому плануванню приділялась значна увага, фінансові плани підприємства ставали доповненням до виробничих планів і після відповідного затвердження у вищих органах відомчого управління приймали силу закону. Плануванню підлягали практично усі показники господарсько-фінансової діяльності підприємства, а зміни чи доповнення до таких показників у зв'язку із змінами в економічному середовищі здійснювались у вищих адміністративних органах і нерідко в кінці планового періоду. Будь-яка ініціатива підприємств у зв'язку із зміною економічного середовища – не враховувалась. В результаті в умовах становлення ринкових відносин підприємства виявились не підготовленими до ситуації, коли стара система стала непридатною до господарювання, а нова – ще не сформувалась. Це призвело до того, що багато підприємств відмовилося від планування. Ми розділяємо точку зору і вважаємо, що ситуація в частині фінансового планування підприємств залишається ідентичною і на сьогодні.

Іншими причинами такого стану є наступні:

- відсутність належної економічної освіти управлінських кадрів. Особливо це стосується малих та значної частини середніх підприємств;
- відсутність практичних розробок в частині складання фінансових планів підприємств;
- небажання керівників окремих підприємств вивчати усі складнощі виробничого та фінансового менеджменту, міжнародного досвіду і бажання працювати «в тіні»;

- відсутність в штатних розкладах ряду підприємств посад і фахівців економічних та фінансових служб;
- застарілість показників фінансового планування в силу їх розбіжностей з показниками бухгалтерського обліку та звітності;
- інші причини суб'єктивного характеру.

Розпочинати, на нашу думку, потрібно із впровадження у фінансові плани підприємств тих розділів і показників, які б забезпечили відповідність планових і звітних для підприємства показників показникам системи національних і міжнародних стандартів бухгалтерського обліку, оскільки національні стандарти бухгалтерського обліку в своїй більшості уже приведені у відповідність із міжнародними.

Центральною і основною формою фінансової звітності підприємства є «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)», що складається за формою № 2 національних стандартів бухгалтерського обліку [5] та «Звіт про рух грошових коштів» (форма № 3 НСБО) [6], відповідно до яких підприємства усіх форм власності ведуть облік та звітність в частині своєї операційної, інвестиційної та іншої фінансової діяльності.

Цілком логічно, що фінансове планування в частині своїх основних показників має відповідати тим чи іншим показникам фінансової звітності підприємства.

Відповідно до частини 2 статті 6 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» та наказу Міністерства фінансів України від 28.03.2013 р. №433 «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо заповнення форм фінансової звітності» [8], чітко визначені статті щодо заповнення форм фінансової звітності підприємств усіх форм власності. Автори цієї статті глибоко переконані в тому, що вимоги вище наведених законодавчих актів мають відправними при прогнозуванні і складанні фінансових планів підприємств, оскільки, як засвідчує аналіз, діючі методики фінансового планування далекі від таких вимог. В результаті – відрив показників фінансових планів і показників фінансової звітності, втрата інтересу до фінансового планування, зниження його дієвості і значимості.

Нижче ми пропонуємо структуру поточного фінансового плану підприємства, його розділів та методику розрахунку показників.

У структурі запропонованого плану п'ять розділів, зокрема:

- I. Доходи і витрати операційної діяльності.
- II. Доходи від участі в капіталі та фінансових інвестиціях.
- III. Фінансові витрати та втрати від участі в капіталі.
- IV. Інші надходження і сукупний дохід.
- V. Елементи операційних витрат.

Охарактеризуємо структуру запропонованого фінансового плану більш детально.

В розділі I «Доходи і витрати операційної діяльності» за аналогією Звіту про фінансові результати і Звіту про рух грошових коштів відображається планова величина чистого доходу від операційної діяльності.

Планування витрат операційної діяльності, на наш погляд, доцільно розпочинати із статті «Собівартість реалізованої продукції», оскільки такий показник має відповідати Положенню (стандарту) 9 - «Запаси» [9], де враховуються кошти, що призначені для подальшого продажу в умовах господарської діяльності, а також активи, що призначені для використання в ході виробництва продукції, виконання робіт чи надання послуг, що відповідає також Положенням (стандартам) бухгалтерського обліку 16 - «Витрати» [10]. Важливо враховувати і той факт, що до складу первісної вартості запасів не включаються зверхнормативні витрати, і які відносяться до витрат того періоду, в якому вони були здійснені. У вартості реалізованої продукції, як відомо, не відображаються адміністративні витрати і витрати на збут, та деякі види витрат, що враховуються при визначенні кінцевого фінансового результату.

За аналогією Звіту про фінансові результати доцільно ввести в фінансовий план показник «Валовий прибуток (збиток)», який розраховується як різниця між чистим доходом (виручкою) від реалізації та собівартістю реалізованої продукції.

Крім операційної, в господарській діяльності кожного підприємства важливу роль відіграє інвестиційна та інша фінансова діяльність. Такі види діяльності мають знайти своє відображення і в фінансовому плані підприємства, враховуючи і той факт, що вони є обов'язковими до відображення у Звіті про фінансові результати. Отже, в розділі II «Дохід від участі в капіталі та фінансових інвестицій» підприємство має відобразити доходи, що отримані від інвестицій в інші підприємства, а також і понесені у зв'язку з цим витрати.

В розділі 3 фінансового плану пропонується відобразити фінансові витрати та втрати від участі в капіталі. Зокрема, у статті «Фінансові витрати» відображаються не проценти та інші витрати, пов'язані із запозиченням (крім фінансових витрат, які включаються до собівартості активів, відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 31 «Фінансові витрати» [11]. Це – виплати відсотків за позики під незавершене виробництво продукції з тривалим операційним циклом (коньяки, вина), а також виплати за позиками під незавершені капітальні інвестиції.

В запропонованому нами плані знайшли своє відображення результати від здійснення підприємством операційної, інвестиційної та фінансової діяльності. Наведена запропонована форма фінансового плану постійно повністю відповідає Звіту про фінансові результати та Звіту про рух грошових коштів роботи підприємства (форма №2 та форма №3), що створює певні переваги і зручності перед іншими методиками. Підвищується дієвість оперативного планування, аналізу показників усіх видів фінансово-господарської діяльності підприємства. Такі плани піддаються оперативному корегуванню при зміні тих чи інших показників фінансово-господарської діяльності підприємства.

Крім запланованих і наведених вище доходів і витрат від здійснення операційної, інвестиційної та іншої фінансової діяльності в практиці господарювання підприємства можуть мати місце і інші сукупні доходи, які відображаються окремо в розділі II Звіту про фінансові результати. Такі доходи, на нашу думку, мають також знайти своє відображення у фінансовому плані підприємства, що надасть останньому більше конкретності та реальності.

Висновки і пропозиції

Таким чином, в наведеній частині майбутнього фінансового плану підприємства знайшли своє відображення усі можливі види доходів і витрат підприємства. Однак, в наведеній структурі не проглядається показник, що характеризує структуру операційних витрат, який посідає визначальне місце в системі витрат, що формують собівартість виробленої і реалізованої продукції, величину прибутку і рентабельність роботи підприємства в цілому. Аналіз такого показника, поряд із аналізом структури витрат на збут і адміністративних витрат, є важливою частиною роботи економічних та фінансових служб.

В наведеному нами плані фінансової діяльності враховані усі можливі статті доходів і витрат в рамках операційної, інвестиційної, фінансової діяльності та інші можливі і невраховані надходження. Це надає фінансовому плану підприємства всеохоплюючий характер, забезпечує можливість впровадження реального фінансового аналізу, зменшує можливості витоку частини фінансових ресурсів в тіньовий сектор, забезпечує розрахунок потреби у фінансових ресурсах на перспективу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Фурик В. Г. Фінанси підприємств : навч. посіб. / Фурик В. Г., Зянько В. В. – Вінниця, ВНТУ, 2017. – 86 с.
2. Іванова В. В. Планування діяльності підприємства : навч. посіб. / Іванова В. В. – К. : Центр учбової літератури, 2006. – 472 с.
3. Швайка Л. А. Планування діяльності підприємства : навч. посіб. / Швайка Л. А. – Львів : Магнолія-плюс, 2004. – 268 с.
4. Гриньова В. М. Фінанси підприємств : навч. посіб. / Гриньова В. М., Коюда В. О. – К. : Знання-прес, 2006. – 423 с.
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку (П(с)БО 3 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» – [Електронний ресурс] : Режим доступу: <http://proaudit.com.ua/buh/standart/p-s-bo-3-zv-t-pro-f-nansov-rezultati.html>. – Назва з екрана.
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку (П(с)БО 4 «Звіт про рух грошових коштів» – [Електронний ресурс] : Режим доступу : <http://proaudit.com.ua/buh/standart/psbo4.html> – Назва з екрана.
7. Нікбахт Е., Гроппелі А. Фінанси : переклад з англ. / Ейсан Нікбахт, Анжеліко Гроппелі. - К. : Основи, 1993. - 383 с.
8. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності – [Електронний ресурс] : Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0433201-13/conv> – Назва з екрана.
9. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку (П(с)БО 9 «Запаси» – [Електронний ресурс] : Режим доступу : <https://zakon.help/law/246/> – Назва з екрана.
10. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку (П(с)БО 16 «Витрати» – [Електронний ресурс] : Режим доступу : <https://zakon.help/law/318/> – Назва з екрана.
11. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку (П(с)БО 31 «Фінансові витрати» – [Електронний ресурс] : Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0610-06> – Назва з екрана.

ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено погляди науковців на сутність конкурентної переваги підприємства. Визначено підходи до трактування даного поняття. Сформовано власне розуміння поняття «конкурентна перевага».

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентна позиція, конкурентна перевага, порівняльні переваги.

Abstract

The views of scientists on the essence of competitive advantage of the enterprise are researched. The approaches to the interpretation of this concept are determined. Formed understanding of the concept of "competitive advantage"

Keywords: competition, competitiveness, competitive position, competitive advantage, comparative advantages.

Вступ

Сучасні підприємства мають справу з динамічними та невизначеними умовами ринку. Задля успішного функціонування, вони повинні бути стратегічно обізнаними та розуміти, яким чином змінюється їх конкурентне середовище. Підприємства змушені активно шукати можливості для створення та використання своїх стратегічних здібностей та конкурентних переваг. Мати змогу для швидкої адаптації та вдосконалення в кожній сфері бізнесу, спираючись на обізнаність і розуміння поточних стратегій. Саме тому проблеми формування конкурентних переваг є актуальними для підприємств, які функціонують в сучасній ринковій економіці.

Мета роботи полягає в систематизації та класифікації підходів до визначення поняття конкурентних переваг підприємства

Результати дослідження

Результатом конкуренції на ринку є конкурентна позиція і конкурентні переваги, досягнуті конкретним підприємством. Конкурентна перевага займає важливе місце серед ключових концепцій, що розглядаються в аналізі функціонування та розвитку підприємства. Проблеми формування та досягнення конкурентних переваг підприємства була і залишається предметом дослідження багатьох провідних науковців, таких як М. Портер, Г.Л. Азоєв, Р.А. Фатхутдінов, О. М.Ткачук, Ю. П. Харкава, В. Бондаренко, І. В. Шаповалова, А. Е. Воронкова, І. Ансофф, Л.С. Довгань, та інших. Втім, у науковій літературі, немає однозначного підходу до визначення даного поняття. Це можна пояснити як складністю обговорюваної проблеми, так і великою різноманітністю в його ідентифікації та оцінці. Аналіз сучасних поглядів наведено в Таблиці 1.

Портер М. трансформував теорію порівняльних переваг у теорію конкурентних переваг підприємства. Він визначив, що показники функціонування підприємств залежать від конкурентних переваг або відставання, в порівнянні з конкурентами в галузі. Таким чином компанія може випередити конкурентів, лише за умови створення власних відмінних якостей та їх подальшого збереження.

Азоєв Г.Л. вважає, що конкурентну перевагу не можна ототожнювати з потенційними можливостями компанії. На відміну від можливостей, це – факт, який фіксується в результаті реальних та беззаперечних уподобань покупців.

В. Бондаренко виокремив фактори, якими забезпечується конкурентна перевага, а саме: матеріальними або віртуальними; зовнішніми і внутрішніми; базисними або другорядними; спрямованими на підвищення якості об'єкта за стадіями його життєвого циклу, як-то: ресурсозбереження, зниження матеріаломісткості, трудомісткості, енергоємності; стратегічними або

тактичними; технічними, економічними, організаційними, психологічними, природно-кліматичними; спадковими або штучними (набутими).

Бондаренко В. так само як і Р. А. Фатхутдінов розглядають конкурентну перевагу, як цінність якою володіє підприємство.

Таблиця 1 – Визначення сутності поняття «Конкурентні переваги»

Автор	Визначення
М. Портер [1]	Конкурентні переваги – це сукупність факторів, що визначають успіх або неуспіх підприємства у конкуренції, продуктивність використання ресурсів тощо.
Г.Л. Азоєв[2]	Конкурентні переваги є концентрованим проявом переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, що можна виміряти економічними показниками (додатковий прибуток, більш висока рентабельність, ринкова частка, обсяг продажу).
Р.А. Фатхутдінов [3]	Конкурентна перевага – певна ексклюзивну цінність, властива системі, яка надає їй перевагу над конкурентами
О. М.Ткачук, Ю. П. Харкава [4]	Конкурентна перевага – сукупність матеріальних і нематеріальних активів (ресурсів), організаційних здатностей і ключових компетенцій підприємства, сфер його економічної діяльності та конкурентоспроможних товарів і/або послуг, що забезпечують йому переваги як економічного, так і соціального, технічного тощо характеру над підприємствами-конкурентами на ринку.
В. Бондаренко[5]	Конкурентна перевага – це цінність, якою володіє система, що дає їй перевагу перед конкурентами.
І. В.Шаповалова [6]	Конкурентна перевага – ступінь відмінності від конкурента як внутрішнього (за рахунок перевершення конкурента в управлінському, організаційному, виробничому, фінансовому, маркетинговому та інформаційному аспектах), так і зовнішнього походження, спрямований на забезпечення стійкої конкурентної позиції на довготривалий період.

Зважаючи на відсутність єдиного визначення поняття конкурентної переваги можна виділити певні підходи його трактування, які подано на Рисунку1.



Рисунок 1 – Підходи до розкриття сутності конкурентної переваги (складено автором на основі [4; 7])

Таким чином, можна вважати, що конкурентна перевага - це сукупність певних характеристик діяльності господарської одиниці, гнучкість та адаптивність до мінливості зовнішнього середовища, що забезпечують конкретному підприємству перевагу над конкурентами.

Висновки

Аналіз сутності конкурентних переваг показав певні розбіжності у трактуванні даної категорії. Причиною цього можна вважати, визначення різного джерела конкурентної переваги. Виявлено, що існує кілька підходів даної дефініції, а саме: факторно результативний, компететійний, ціннісно-орієнтований, маркетинговий, ресурсний та процесний. Однак, наведені підходи не виключають а лише доповнюють один одного, відповідно до вимог діючого середовища. Загалом, визначено конкурентну перевагу як сукупність певних характеристик діяльності господарської одиниці, гнучкість та адаптивність до мінливості зовнішнього середовища, що забезпечують конкретному підприємству перевагу над конкурентами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Портер М. Стратегія конкуренції / Портер М. Пер. з англ. – К.: Основи, 1997. – 390 с.
2. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. / Г.Л. Азоев. – М. : ЦЭИМ, 2001. – 207 с.
3. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.
4. Ткачук О.М. Харкова Ю.П. Конкурентні переваги підприємства / Перспективні напрямки наукової думки [текст]: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 18 квітня 2018 року у м. Тернопіль: зб. наук. праць «АГОС» / відп. за випуск Голденблат М.А. // ГО «Європейська наукова платформа». – Обухів: Друкарня «Друкарик» (ФОП Гуляєва В.М.), 2018. – Т.3. – С.66-70.
5. Бондаренко В. М. Конкурентні переваги підприємств переробної галузі в умовах економічної кризи / В. М. Бондаренко // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. - 2016. - Вип. 41(2). - С. 31-37. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2016_41\(2\)_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2016_41(2)_7).
6. Шаповалова І.В. Конкурентні переваги підприємства: ретроспективний аналіз трактування термінів / І.В. Шаповалова // Економіка і суспільство. – 2017.- №10. – С.427-432.
7. Джеджула В. В. Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств [Текст] / В. В. Джеджула, І. Ю. Єпіфанова, О. Г. Цвик // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – № 4. – С. 5–8.

Гуменюк Вікторія Сергіївна – факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: viktoria.hymenyuk@gmail.com

Науковий керівник: **Джеджула В'ячеслав Васильович** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Viktoriia S. Humeniuk – Department Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email : viktoria.hymenyuk@gmail.com

Supervisor **Vyacheslav V. Dzhedzhula** – Doctor of Economics, Professor, Department of Finance and innovation management, Vinnytsia National Technical University

ЛІКВІДНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА НЕОБХІДНІСТЬ УПРАВЛІННЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Узагальнено особливості управління ліквідністю, види ліквідності. Розглянуто фактори впливу на рівень ліквідності підприємства

Ключові слова: ліквідність, ліквідність підприємства, ліквідність балансу, ліквідність активів

Abstract

The general features of liquidity management, types of liquidity are generalized. The factors of influencing the level of liquidity of the enterprise are considered

Key words: liquidity, enterprise liquidity, liquidity of the balance sheet, liquidity of assets

Вступ

За останні роки економічна криза погіршила фінансовий стан та діяльність підприємств, і їх не можна характеризувати як стабільні й такі, що мають стійкий фінансовий стан, а більшість із них зазнали суттєвих збитків і опинилися на межі банкрутства. Щоб вижити в таких умовах, підприємствам необхідно постійно підтримувати і поліпшувати свої фінансові показники. Смає тому актуальним є питання, пов'язані із управлінням ризиком ліквідності.

Питання, пов'язані із управлінням ризиком ліквідності, досліджували такі вчені як Бержанір І. А., Бугай О., Вовк В., Давиденко Н. М., Дорошенко А. П., Ковалев В. В., Лахтіонова Л. А., Масленніков Є. І., Олександренко І. В., Орехова К. В., Прикіна Л. В., Чупіс А. В., Вдовенко Л.

Метою даної роботи є систематизація підходів до визначення сутності управління ліквідністю підприємств.

Результати дослідження

Практика господарювання українських підприємств свідчить, що внаслідок несвоєчасних розрахунків та не виконання фінансових зобов'язань перед контрагентами, у них накопичилися великі обсяги заборгованостей. Дотримання розрахунково-платіжної дисципліни суб'єктами господарювання безпосередньо залежить від їх ліквідності (платоспроможності). У короткостроковій перспективі критерієм оцінки фінансового стану підприємства є його ліквідність (платоспроможність), тобто спроможність своєчасно і в повному обсязі розрахуватися по короткострокових зобов'язаннях. Термін «ліквідний» передбачає безперешкодне перетворення майна в гроші.

За економічною природою ліквідність характеризує здатність підприємства виконувати свої короткострокові (поточні) зобов'язання за рахунок своїх поточних активів. Підприємство вважається за ліквідне, якщо його поточні активи перевищують поточні зобов'язання [1]. Для розрахунку одиничних фінансових коефіцієнтів ліквідності оборотні активи групуються по ступеню ліквідності (здатності трансформуватися в грошові кошти), що характеризує терміновість виконання підприємством поточних зобов'язань.

Ліквідність можна характеризувати з двох боків. По-перше, це величина, зворотна у відношенні до часу, необхідного для швидкого продажу активу за певною ціною. По-друге, це сума, яку можна за нього отримати. Вони, безумовно, взаємопов'язані: для отримання високої ціни за товар (актив) потрібно більше часу; для прискорення процесу реалізації необхідно знизити ціну.

Отже, існують різні визначення сутності ліквідності, проте в цілому під нею розуміють здатність та швидкість перетворення оборотних активів у грошові кошти з метою погашення поточних зобов'язань як у міру надходження термінів їх сплати, так і прострочених боргів.

Завданнями управління ліквідністю є [2]:

- здійснення діагностики рівня (стану) ліквідності, оцінка впливу дії факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на ліквідність підприємства;
- управління активами за термінами погашення;
- управління вартістю ресурсів, які використовуються для забезпечення ліквідності, прогнозування потреби в ліквідних коштах.

Зміст економічної категорії розкривається через систему функцій, які вона виконує. Виділяють такі основні функції ліквідності підприємства [3]:

- стабільності – високий рівень ліквідності підприємства забезпечує незалежність і свободу дій суб'єкта господарювання та створює передумови інноваційного розвитку;
- мобільності – незалежність і свобода дій суб'єкта господарювання проявляються у можливості зміни пріоритетних напрямків діяльності та адаптації до змін зовнішнього середовища;
- привабливості – достатній рівень ліквідності підприємства уможлиблює додаткове залучення коштів для фінансування його господарської діяльності;
- регулювання – в залежності від відповідності фактичного рівня ліквідності бажаному керівництвом підприємства можуть бути прийняті рішення щодо змін величини та структури активів і зобов'язань підприємства;
- контрольну – полягає у можливості моніторингу фінансових аспектів стану підприємства через показники ліквідності;
- вартісну – проявляється у формуванні справедливої вартості підприємства, тобто чим більша ліквідність підприємства тим більшою є його справедлива вартість.

Більшість науковців розрізняють три види ліквідності залежно від її об'єкта – ліквідність активів, ліквідність балансу та ліквідність підприємства.

Визначення цих видів ліквідності у наукових джерелах є однаковими за своєю суттю. Ліквідність активів – здатність активів до швидкої реалізації на ринку та перетворення на грошові кошти без втрати вартості [4]. Ступінь ліквідності активу визначається проміжком часу, необхідним для його перетворення у грошову форму. Чим менше потрібно часу для інкасації певного активу, тим вища його ліквідність [5].

Ліквідність балансу – це рівень покриття зобов'язань підприємства його активами, термін перетворення яких у грошові кошти відповідає термінам погашення зобов'язань [6].

Ліквідність підприємства – це мобільність підприємства, його спроможність (при виникненні будь-яких обставин) за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел оперативно вишукувати резерви платіжних коштів, необхідних для погашення боргів, і постійно, на будь-який момент часу, підтримувати рівновагу між обсягами і термінами перетворення активів в грошові кошти та обсягами і термінами погашення зобов'язань [7].

Якісна відмінність понять «ліквідність активів» і «ліквідність підприємства» полягає у тому, що остання характеристика синтезує не лише властивості активів, але й умови залучення фінансових ресурсів для їх утворення, у той час як ліквідність активів визначається безвідносно до правої частини балансу підприємства. Ліквідність підприємства, з одного боку, залежить від установлених вимог за платежами, з іншого – від можливості здійснити ці платежі. У вітчизняній літературі існує точка зору, за якої підприємство називають ліквідним тоді, коли воно у змозі виконати свої зобов'язання у відношенні до кредиторів, бюджету, страхових компаній, орендодавців, працівників, постачальників і т. ін., причому ці зобов'язання мають бути виконані у встановлені терміни. Якщо здатність до оплати у цей момент більша, ніж зобов'язання за оплатою, таке підприємство визначають як ліквідне. Проте розглянуті положення, на нашу думку, не вичерпують відмінностей між поняттями «ліквідність балансу» і «ліквідність підприємства».

Сьогодні у практиці західних країн прийнято широке трактування ліквідності, що відображає не тільки поточний стан, але також інформацію про ліквідність, яка може виникнути надалі у зв'язку з майбутніми платежами і рішеннями. Відповідно до цього трактування підприємство називається ліквідним (планово), якщо його платежі за зобов'язаннями в кожен момент планового періоду відповідають термінам, встановленим у договорі.

Крім того, виділяють наступні види ліквідності:

- поточна ліквідність – це відповідність між розміром дебіторської заборгованості, грошових активів підприємства і кредиторською заборгованістю товарного та нетоварного характеру;

- термінова ліквідність – це здатність підприємства до погашення зобов'язань у випадку його ліквідації;
- недостатня ліквідність – це неможливість підприємства повністю розрахуватися з боргами навіть за умови надання йому вигідних комерційних можливостей, знижок;
- високий рівень недостатності ліквідності – підприємство неспроможне погасити свої поточні борги і зобов'язання, що може привести до його неплатоспроможності і банкрутства.

Для власників підприємства недостатня ліквідність може означати зменшення прибутковості, втрату контролю та часткову або повну втрату вкладень капіталу. У випадку, коли власники несуть необмежену відповідальність, їх збитки можуть навіть перевищити початкові вкладення.

Для кредиторів недостатня ліквідність боржника може свідчити про затримку у сплаті процентів та основної суми боргу. Поточний стан ліквідності підприємства може також вплинути на відносини з покупцями (клієнтами) та постачальниками товарів та послуг. Такі зміни можуть призвести до неспроможності підприємства виконати умови контрактів та призвести до втрати зв'язків з постачальниками.

Ось чому ліквідності надається таке важливе значення. Якщо підприємство не може погасити свої поточні зобов'язання по мірі того, як настає строк їх оплати, його подальше існування ставиться під сумнів. Це відсуває всі інші показники діяльності підприємства на другий план.

Як було зазначено вище, під ліквідністю розуміють здатність цінностей легко перетворюватися в грошові кошти, тобто абсолютно ліквідні активи, а ступінь ліквідності визначається тривалістю часового періоду, впродовж якого ця трансформація може бути здійснена. Чим коротший період, тим вищою є ліквідність даного виду активів.

У табл. 1 наведено фактори, які впливають на збільшення або зменшення ліквідності підприємства.

Таблиця 1 – Фактори впливу на ліквідність [2]

<i>Фактори, що впливають на збільшення ліквідності</i>	<i>Фактори, що впливають на зменшення ліквідності</i>
• одержання довгострокового кредиту	• погашення довгострокових позик
• інвестування капіталу	• грошові виплати
• прибутки	• збитки
• амортизаційні відрахування	• податки на дохід від оцінки активів
• скорочення дебіторської заборгованості	• інвестиції в основні засоби
• повернення наданих позик	• погашення короткострокових кредитів
• продаж необоротних активів	• використання резервних фондів

Наслідками низького рівня ліквідності є нездатність підприємства сплатити свої поточні борги і зобов'язання, що веде, в свою чергу, до обов'язкового продажу довгострокових фінансових вкладень та активів і, в гіршому випадку – до зниження дохідності і банкрутства.

Аналізуючи ліквідність, важливо з'ясувати такі питання:

- свобода в розпорядженні активами (чи не є активи предметом застави);
- доступність активів для поточного розпорядження;
- контрольованість активів (можливість отримання інформації про здатність позичальника швидко пересувати або ховати активи. Наприклад, перевести грошові кошти з одного рахунку на інший, інформація про який недоступна кредиторам);
- наявність умовних зобов'язань (які можуть виникнути внаслідок несприятливого судового рішення, а також наявність гарантійних зобов'язань, потенційних зобов'язань, які за певних умов можуть збільшити загальну суму короткострокових зобов'язань підприємства).

Висновки

Отже, на сьогодні існують різні визначення сутності ліквідності, проте в цілому під нею розуміють здатність та швидкість перетворення оборотних активів у грошові кошти з метою погашення

поточних зобов'язань як у міру надходження термінів їх сплати, так і прострочених боргів. Питання аналізу ліквідності є досить актуальними для вітчизняних підприємств в сучасних умовах розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Єпіфанова І. Ю. Фінансовий аналіз та звітність : практикум / І. Ю. Єпіфанова, В. В. Джеджула. – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 143 с.
2. Щербань О. Д. Стратегічні орієнтири управління ліквідністю та діловою активністю підприємства / О. Д. Щербань // Економічний аналіз : зб. наук. праць . – Том 23. – № 2. – С. 206-212.
3. Халатур С. М. Методологія оцінки ліквідності та платоспроможності сільськогосподарських підприємств / Халатур С. М., Бровко Л. І., Моруга Т. О. // Економіка та держава. – 2017. – №12. – С. 56-60.
4. Орехова К.В. Роль та місце ліквідності та платоспроможності підприємства в сучасному економічному середовищі [Електронний ресурс] /Орехова К.В., Челомбитко Ю.М. // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. - 2011. - № 1.- Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum%20/fkd/2011_1/part2/44.PDF
5. Економічний аналіз / [М. А. Болух, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток та ін.]; за ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. [2-ге вид., перероб. і доп]. – К. : КНЕУ, 2003. – 556 с.
6. Фінансовий аналіз / [М. Д. Білик, О. В. Павловська, Н. М. Притуляк, Н. Ю. Невмержицька]. – К. : КНЕУ, 2005. – 592 с.
7. Селезнева Н. Н. Финансовый анализ. Управление финансами / Н. Н. Селезнева, А. Ф. Ионова. [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 639 с.

Шевченко Олег Анатолійович – магістрант групи ІМФК-17м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: sheva_o@i.ua

Науковий керівник: **Джеджула В'ячеслав Васильович** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Oleh A. Shevchenko – Department of finance and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: sheva_o@i.ua

Supervisor **Vyacheslav V. Dzhdzhula** – Doctor of Economics, Professor, Department of Finance and innovation management, Vinnytsia National Technical University

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЯК УМОВА ЕФЕКТИВНОГО АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено інноваційний розвиток як умову ефективного антикризового управління підприємством. Розглянуто основні напрямки інноваційного розвитку. Узагальнено ознаки інноваційної стратегії підприємства, як організаційної складової антикризового управління

Ключові слова: інноваційний розвиток, антикризове управління, інноваційна стратегія

Annotation

Innovative development as a condition of effective crisis management of the enterprise is investigated. The main directions of innovation development are considered. The signs of the innovative strategy of the enterprise as an organizational component of crisis management are generalized

Key words: innovative development, anti crisis management, innovative strategy

Вступ

Особливостями ринкової економіки є циклічність економічних процесів, нестабільність та прояв кризових явищ. На рівні конкретного промислового підприємства кризові явища доповнюються неефективністю загального, виробничого та фінансового менеджменту, відсутністю стратегічного планування, що призводить до падіння основних показників діяльності підприємства. Тому одним із шляхів недопущення кризових явищ, їх усунення, мінімізації втрат під час кризи є формування ефективної антикризової системи промислового підприємства, яка передбачає забезпечення інноваційності розвитку підприємства як передумови його виживання у глобальному конкурентному середовищі. Для вітчизняних підприємств забезпечення інноваційного розвитку є, по суті, єдиною передумовою їх існування та потенційного виходу на світові ринки. Отже питання антикризового управління в умовах інноваційного розвитку є досить актуальним.

Питання, пов'язані із антикризовим управлінням підприємства, методичним забезпеченням оцінювання імовірності банкрутства досліджували такі вчені як Бурий С. А., Василенко В. О., Довгань Д. А., Квасницька Р. С., Лігоненко Л. О., Лікарчук Н., Мартинець В. В., Мельниченко О. О., Погребняк А. Ю., Ромашова Я. В., Уткін Е. А., Шпачук В. В.

Питання, пов'язані із інноваційним розвитком, у своїх роботах досліджують такі вчені як Васильєва Т. А., Зянько В. В., Войнаренко М. П., Єпіфанова І. Ю., Микитюк П. П., Прохорова В. В., Рекова Н. Ю., Ярмолюк В. І.

Метою даної роботи є визначення місця інноваційного розвитку в антикризовому управлінні підприємством.

Основна частина

Вся діяльність ринку пов'язана з постійним оновленням. Основна маса інновацій в умовах ринку реалізується підприємницькими структурами, яким на сучасні тенденції розвитку і нововведення потрібно реагувати, причому відповідати на зміни треба швидко. Через нововведення фірми реалізують свій інноваційний потенціал і конкурентні позиції, а для більшості підприємств інновації сьогодні стають і умовою виживання на ринку. У світовій економічній літературі «інновація» інтерпретується як перетворення потенційного науково-технічного прогресу в реальний, що втілюється в нових продуктах і технологіях [1-2].

Зменшення впливу кризи на фінансовий стан та забезпечення позитивної динаміки показників діяльності підприємства пріоритетним є використання механізмів фінансової стабілізації, які направлені на мобілізацію внутрішніх резервів відновлення й зміцнення його платоспроможності. З цієї метою використовуються три основні групи резервів [3]:

- резерви операційної діяльності: раціоналізація ресурсного забезпечення і використання ресурсів, вдосконалення організації виробництва та праці й застосування найбільш ефективних способів просування товарів на ринку, впровадження інноваційного менеджменту на всіх ієрархічних рівнях підприємства, дієвий контроль і стимулювання високопродуктивної праці, гнучкі виробничі системи й оптимізація розмірів виробничо-збутової діяльності;

- резерви інвестиційної діяльності: оптимізація інвестиційного портфеля і вихід із неефективних інвестиційних проектів, підвищення ефективності реалізації проектів реального та фінансового інвестування, скорочення строків будівництва, поетапне виведення на проектну потужність об'єктів, вкладення вільних фінансових ресурсів у венчурні підприємства, наукомісткі виробництва тощо;

- резерви фінансової діяльності: ефективне розміщення власного та іншого капіталу в рентабельні активи, залучення довгострокових позик і кредитів, ефективне реінвестування прибутку та раціональна дивідендна політика.

Досить важливим чинником уникнення кризового фінансового стану є впровадження інновацій. Про пріоритетність інноваційного інвестування свідчить і той факт, що важливе значення має проблема раціонального використання наявних фінансових ресурсів, що відображається у формуванні такої структури інвестицій, яка характеризується прогресивними змінами.

В умовах сучасної ринкової конкуренції для того, щоб протистояти тенденції до зниження норми прибутку, спричиненої відносним збільшенням основної частини капіталу внаслідок зростання технічної оснащеності робочого місця, промислово розвинуті країни впроваджують цілеспрямовану інноваційно-інвестиційну стратегію, збільшуючи обсяги виробництва, реалізації і прибутку, підвищуючи продуктивність праці, знижуючи фондоемність, прискорюючи обіг вкладеного капіталу шляхом створення нових потреб у покупців, освоєння і поставки на ринок якісно нових видів продукції, вдосконалюючи технологію виробництва [4]. Таким чином, пріоритетним напрямком діяльності вітчизняних підприємств є формування інвестицій для впровадження різного роду інновацій.

В економічній літературі представлено два основних підходи до розуміння терміну «інноваційний розвиток» [5]:

- 1) предметно-технологічний або орієнтований на науковий результат, за якого інноваційний розвиток розглядається як кінцевий результат наукової чи науково-технічної діяльності;
- 2) функціональний, при якому інноваційний розвиток пов'язується із функціями створення, впровадження, поширення нововведень, реалізації інноваційних проектів.

Основні напрями інноваційного розвитку підприємства в сучасній економіці наведено на рис. 1.

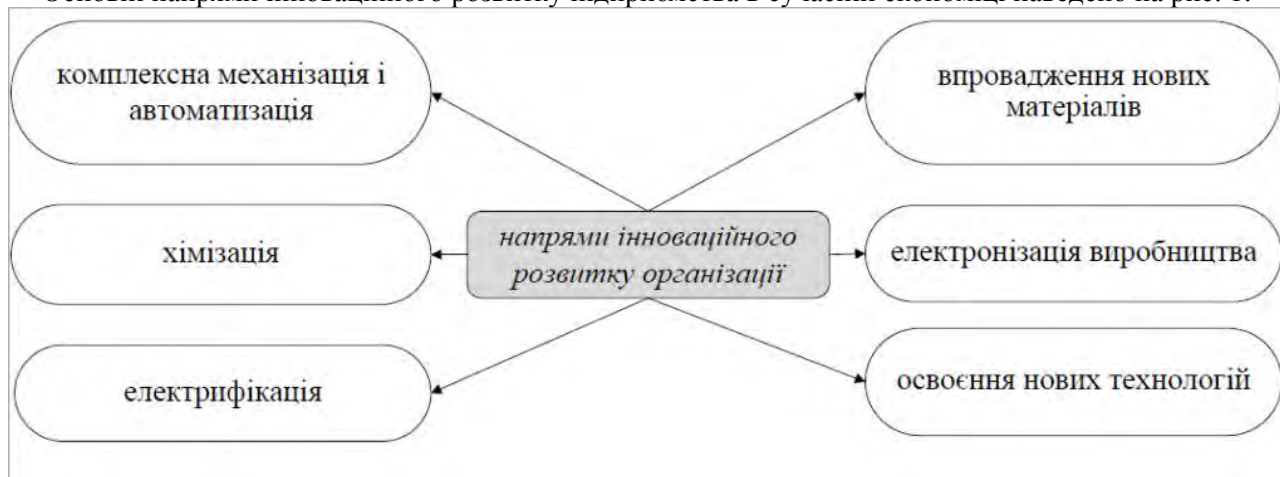


Рисунок 1 – Основні напрями інноваційного розвитку підприємства

Комплексна механізація і автоматизація виробництва передбачає широке впровадження взаємопов'язаних і взаємозалежних машин, апаратів, приладів, обладнання на всіх ділянках виробництва, операціях і видах робіт. Механізація витісняє ручну працю і замінює його машинами в основних і допоміжних технологічних операціях.

Автоматизація виробництва означає застосування технічних засобів з метою повної або часткової заміни участі людини в процесах отримання, перетворення, передачі і використання енергії, матеріалів або інформації.

Хімізація виробництва – удосконалення виробничих процесів у результаті впровадження хімічних технологій, сировини, матеріалів, виробів з метою інтенсифікації, отримання нових видів продукції і підвищення їх якості. Це знижує витрати виробництва і підвищує ефективність діяльності підприємства на ринку

Електрифікація виробництва – широке впровадження електроенергії як джерела живлення виробничого силового апарату. На основі електрифікації здійснюють комплексну механізацію та автоматизацію виробництва, впроваджують прогресивну технологію. Електрофізичні та електрохімічні способи обробки дають можливість отримати вироби складних геометричних форм.

Електронізація виробництва – забезпечення всіх підрозділів організації високоефективними засобами електроніки – від персональних комп'ютерів до супутникової системи зв'язку та інформації.

Створення і впровадження нових матеріалів, що володіють якісно новими ефективними властивостями (жароміцних, надпровідність, корозійної і радіаційною стійкістю), дозволяє підвищувати конкурентоспроможність виробленої продукції. Це, в свою чергу, позитивно відіб'ється на показниках прибутку організації.

Освоєння нових технологій вирішує багато виробничих та соціально-економічних проблем. У виробничому процесі принципово нові технології дозволяють збільшити обсяг продукції, що випускається, не використовуючи додаткові фактори виробництва.

Вітчизняні підприємства в умовах спаду виробництва в період економічних реформ зіткнулися з серйозною проблемою у сфері інноваційного розвитку. Основні складнощі були викликані відмовою фінансування НДДКР з боку держави, що призвело до тимчасового заморожування цього виду діяльності організації. Перехід підприємств на самофінансування, залучення вітчизняних та іноземних інвесторів спонукало до інноваційної діяльності підприємств. Крім того, керівники промислових підприємств усвідомили, що стратегічне планування в галузі інновацій є основоположним елементом підвищення ефективності діяльності підприємства в ринкових умовах господарювання. У зв'язку з цим частину внутрішніх інвестицій стали спрямовувати на інноваційний розвиток підприємства.

Інновації створюються абсолютною більшістю підприємств і організацій світу.

Антикризове управління передбачає вибір таких інноваційних технологій, як [6, с. 121]:

- процесні інновації – нововведення та зміни у результаті взаємозв'язку із чинниками макросередовища, планування матеріально-технічного забезпечення процесів на підприємстві, управління грошовими та матеріальними потоками, персоналом підприємства, організаційні та структурні перетворення, створення інноваційних процесів у виробництві продукції;
- продуктові інновації – створення на підприємстві системи технологічних процесів для виробництва нової конкурентоспроможної продукції;
- алокаційні інновації (реорганізаційні) – реструктуризація або реорганізація підприємства з метою перерозподілу ресурсів підприємства та постійної взаємодії всіх підрозділів, відділу виробництва, відділів технічного контролю, матеріально-технічного постачання, маркетингу, а також взаємодії між працівниками підприємства.

Інноваційні процеси варто досліджувати і впроваджувати на підприємствах не лише за настання критичної ситуації і виникнення кризи проте й з метою попередження появи кризових явищ у функціональних елементах підприємства за звичних обставин його роботи. Антикризове управління, що базується на інноваційній діяльності сприятиме уникненню кризи розвитку підприємства, створенню стійких умов функціонування, підвищенню конкурентних позицій на ринку.

Основними ознаками інноваційної стратегії підприємства, як організаційної складової антикризового управління є [7, с. 29; 8]:

- 1) розробка та розвиток нових видів продукції та послуг, та удосконалення їх споживчих властивостей;
- 2) нове виробництво, як результат науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт;
- 3) застосування альтернативних методів виробництва та використання обмежених ресурсів;
- 4) чутливість до можливих змін у стані середовища функціонування підприємства;
- 5) виведення новації на ринок (комерціалізація);

- 6) націленість на підвищення та розширення інноваційних можливостей підприємства;
- 7) інноваційна політика є чинником, що сприяє виходу на нові ринки збуту та підвищенню конкурентоспроможності.

Висновки

Таким чином, основним інструментом антикризового управління є інноваційний розвиток підприємств, який сприятиме покращенню фінансового стану, підвищенню рівня конкурентоспроможності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Зянько В. В. Інноваційна діяльність підприємств та її фінансове забезпечення в умовах трансформаційних змін економіки України : монографія / В. В. Зянько, І. Ю. Єпіфанова, В. В. Зянько – Вінниця : ВНТУ, 2015. – 168 с.
2. Фучеджи В. І. Особливості антикризового управління підприємством/ В. І. Фучеджи // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2010. – № 38. – С.361-367.
3. Єпіфанова І. Ю. Управління інвестиційною діяльністю промислових підприємств : монографія / М. П. Войнаренко, І. Ю. Єпіфанова. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 188 с.
4. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник / За ред. П. П. Микитюка. – Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. – 224 с.
5. Васильєва Т. А. Держава, підприємства та банки в системі антикризового управління : монографія / Т. А. Васильєва, О. Б. Афанасьєва – Суми: Вид. "Ярославна", 2013. – 488 с.
6. Прохорова В. В. Інноваційні перетворення як структурний елемент антикризового управління підприємством / В. В. Прохорова, В. І. Ярмолюк // Економіка і управління. – 2013. – № 2. – С. 28-33.
7. Єпіфанова І. Ю. Внутрішні джерела активізації інноваційної діяльності Процесне та соціально-компетентне управління інноваційним розвитком підприємницьких систем : монографія / за наук. ред. О.М. Полінкевич. – Луцьк : Вежа-Друк, 2017. – С. 174-183.
8. Джеджула В. В. Оцінювання ефективності антикризового управління підприємства за умов інноваційного розвитку / В. В. Джеджула, І. Ю.Єпіфанова, Н. О. Оранська // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – № 11. – С. 10-14.

Білецький Володимир Віталійович – студент групи МОф-156, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Науковий керівник: **В'ячеслав Васильович Джеджула** – д-р екон. наук, професор, кафедра фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Volodymyr V. Biletsky – Department of finance and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Supervisor: **Viacheslav V. Dzhezdhula** – Doctor of Economics, Professor, Department of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі визначено сутність та основні функціональні складові управління інноваційним потенціалом, узагальнено складові механізму управління інноваційним потенціалом підприємства

Ключові слова: інновації, інноваційний потенціал, інноваційна стратегія

Abstract

The paper defines the essence and main functional components of the management of innovation potential, generalizes the components of the mechanism of management of the innovative potential of the enterprise

Keywords: innovation, innovative potential, innovative strategy

Вступ

Інновації на сучасному етапі розвитку економіки стають головним засобом збереження конкурентоспроможності та стають невід'ємною часткою підприємницької діяльності. Управління інноваціями здійснюється паралельно з управлінням діючим традиційним виробництвом. При цьому чим складніше зовнішнє середовище, тим швидше відбуваються в ньому зміни, тим гнучкіше і складніше повинна бути система управління, яка б адекватно реагувала на ці зміни.

Для забезпечення ефективного управління інноваційним потенціалом підприємства необхідно вміти оцінювати величину накопиченого інноваційного потенціалу, а для цього потрібно уточнити економічну категорію «інноваційного потенціалу підприємства».

Під інноваційним потенціалом підприємства слід розуміти сукупність можливостей, яка забезпечує проведення наукових досліджень, експериментальних розробок та впровадження технічних, організаційних і соціально-економічних нововведень, впливаючи таким чином на можливості розвитку підприємства в умовах постійно зростаючої конкурентної боротьби [1].

Дослідженню проблем управління та теорії інновацій приділено значну увагу в роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених: І. Ансоффа, В. Александрової, О. Амоші, А. Гальчинського, І. Герчикової, А. Гриньова, В. Гейця, П. Друкера, С. Ілляшенка, Н. Краснокутської, О. Ковтун, О. Кузьміна, А. Міщенко, А.Портера, А. Тітова, Л. Трофімової, Р. Фостера, А. Шегди, Й. Шумпетера, С. Ягудіна.

Метою статті є узагальнення особливостей управління інноваційним потенціалом підприємства в сучасних умовах.

Виклад основних результатів дослідження

У сучасних умовах формування і розвиток інноваційного потенціалу стає визначальним фактором сталого розвитку будь-якого підприємства, яке пов'язане з використанням результатів наукових досліджень і розробок для створення принципово нової продукції, створення та застосування нових технологій її виробництва з наступним впровадженням і реалізацією на ринку. Інноваційний потенціал будь-якого підприємства залежить від специфіки і масштабів його діяльності, а ступінь використання потенціалу визначає інноваційні можливості і сприйнятливість підприємства до нововведень [2].

Інновації або науково-технічні нововведення є вирішальною умовою виживання та зростання більшості підприємств. Управління ними – найважливіша частина політики організації [3].

І. Ансофф визначає інноваційний потенціал як підсистему інноваційних ресурсів у всіх класичних підсистемах економічного потенціалу інноваційного підприємства [9].

Л. Абалкін, Р. Фатхутдінов описують інноваційний потенціал як сукупну наявність ресурсів, які дозволяють підприємству займатися інноваційною діяльністю [11].

В. А. Верба та І. В. Новікова вважають, що інноваційний потенціал проявляється через сукупність інноваційних ресурсів, що перебувають у взаємозв'язку і чинників (процедур), які створюють необхідні умови для оптимального використання цих ресурсів з метою досягнення відповідних орієнтирів інноваційної діяльності та підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому [10].

Управління інноваційним потенціалом – це сукупність засобів і методів регулювання економічної та господарської діяльності організації з метою підвищення інноваційного потенціалу та підготовки платформи для впровадження інновацій [4].

В економічній науці виділяють три основні підходи до управління інноваційним потенціалом підприємства [5-6]:

- інструментальний підхід – визначення цілей розвитку підприємства та засобів їх досягнення шляхом використання інноваційних можливостей;
- адаптивний підхід – пристосування до зовнішнього середовища та розвиток потенціалу за допомогою адаптивного механізму;
- процесний підхід – орієнтація на аналіз взаємозв'язків та взаємозалежностей складових інноваційного потенціалу як складної економічної системи.

Для забезпечення прискореного розвитку інноваційного потенціалу підприємства необхідний ефективний механізм управління, що забезпечує формування та реалізацію такого варіанту розвитку, який забезпечить найкращі кінцеві результати в ситуації, що склалася.

Даний механізм має включати такі складові:

1. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища. Він спрямований на виявлення можливостей і загроз в макро- та мікроекономічному оточенні. Після аналізу стану зовнішнього середовища вище керівництво підприємства визначає інноваційні цілі. Такими цілями можуть бути підвищення конкурентоспроможності та закріплення на нових ринках шляхом створення принципово нового продукту або скорочення витрат виробництва [2].

2. Визначення інноваційних цілей підприємства. Інноваційні цілі пов'язані з місією фірми, стратегіями, життєвим циклом інновацій та організації в цілому та є орієнтиром інноваційної діяльності на задані періоди. Необхідна постановка таких інноваційних цілей, які змогли б мобілізувати і мотивувати персонал організації як єдине ціле на перехід в інноваційне русло розвитку [7].

3. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства. Метою оцінки інноваційного потенціалу є можливість визначення напрямів інноваційного розвитку, що забезпечують можливості переходу підприємств на виробництво конкурентоспроможної продукції, істотно підвищивши свою стійкість і гнучкість по відношенню до змін зовнішнього середовища [8]. Оцінка показників інноваційного потенціалу підприємства дозволяє:

- адекватно оцінити стан і готовність підприємства до інноваційних перетворень;
- проаналізувати і спрогнозувати тенденції розвитку, виявити основні переваги і «слабкі» місця;
- підготувати рекомендації щодо формування інноваційної стратегії підприємства для зміцнення позицій на ринку;

- створити та розвивати інформаційні потоки для прийняття ефективних управлінських рішень [8].

4. Розробка інноваційної стратегії підприємства. При розробці інноваційної стратегії виділяються такі критерії [2]:

- ефективність використовуваної стратегії, необхідність її коригування;
- стратегічна відповідність можливостей зовнішнього середовища інноваційному потенціалу підприємства;
- ступінь операційної досконалості.

5. Розробка і реалізація програми розвитку інноваційного потенціалу підприємства.

На основі результатів оцінки можна виділити підприємства з високим, середнім і низьким рівнем інноваційного потенціалу.

За високого рівня інноваційного потенціалу доцільно застосування наступальних стратегій, тобто тих, які сприяють інтенсивному розвитку підприємства. За вибору даних стратегій підприємству необхідно вкладати значні кошти на проведення НДДКР, спрямованих на завоювання передових позицій в галузі.

За середнього рівня потенціалу промисловим підприємствам слід вибрати одну з оборонних стратегій. За низького – підприємство націлене на вирішення оперативних проблем. У даному випадку керівництву підприємства необхідно терміново вжити заходів, спрямованих на підвищення потенціалу для отримання можливості вибору інноваційної стратегії відповідно до цілей розвитку підприємства.

6. Оцінка досягнення поставлених цілей і результатів реалізації програми розвитку інноваційного потенціалу підприємства.

Протягом інноваційного процесу через канали зворотного зв'язку із зовнішнім середовищем між підрозділами компанії ведеться безперервний моніторинг і оцінка його ходу. У разі необхідності інноваційні цілі і завдання коригуються згідно умов, що змінилися [9].

Висновки

Формування ефективного механізму управління інноваційним потенціалом на підприємствах дозволить приймати обґрунтовані рішення в сфері управління на стратегічному рівні, знизити ризик інноваційної діяльності в результаті впровадження комплексної оцінки інноваційного потенціалу, підвищити ефективність використання наявних ресурсів підприємства. Саме управління інноваційним потенціалом є необхідним аспектом на шляху інноваційного розвитку та забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Список використаної літератури:

1. Медведева С.А. Инновационный потенциал предприятия: сложность определения и основные особенности / С.А. Медведева // Креативная экономика. – 2010 – № 10 (46). – С. 35-39.
2. Соменкова Н.С. Управление инновационным потенциалом промышленного предприятия / Н.С. Соменкова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2011 – № 3 (1). – С. 243–245.
3. Герасимов В.В. Управление инновационным потенциалом производственных систем: Учеб. пособие / В.В. Герасимов, Л.С. Минина, А.В. Васильев. – НГАСУ, 2003 – 64 с.
4. Фахрисламов В.Г. Управление инновационным потенциалом организации – фактор конкурентоспособности / В.Г. Фахрисламов, С.Г. Фахрисламова // Молодежь и наука: сборник материалов VIII Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, посвященной 155-летию со дня рождения К.Э. Циолковского. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т., 2012 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2012/thesis/s005/s005-158.pdf>
5. Касьянова Н. В. Управління інноваційним потенціалом промислового підприємства / Н. В. Касьянова // Интеллект XXI. – 2013 – № 3-4. – С. 42-50.
6. Єпіфанова І. Ю. Сутність інвестиційного потенціалу підприємства / І. Ю. Єпіфанова, О. А. Бардадин // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – № 14. – С. 39-42.
7. Перерва П.Г. Экономика и управление инновационной деятельностью: учебник / Под ред. проф. Перервы П.Г., проф. Вороновского Г.К., проф. Меховича С.А., проф. Погорелова Н.И. – Харьков: НТУ «ХПИ», 2009 – 1203 с.
8. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка. / Н.С. Краснокутська –К.: Центр навчальної літератури, 2005 – 352 с.
9. Салтыков Н.А. Моделирование процесса управления инновационным потенциалом промышленного предприятия / Н.А. Салтыков // Вестник удмуртского университета. – 2012 – Вып. 2 Экономика и право. – С.64-69.
10. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989 – 519 с.
11. Верба В.А. Методичні рекомендації з оцінки інноваційного потенціалу підприємства / В.А. Верба, І.В. Новікова // Проблеми науки. – 2003 – № 4 – С. 22-31.
12. Фатхутдинов Р.А. Глобальная конкурентоспособность: инструменты системного развития: монография / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Стандарты и качество, 2009 – 464 с.

Шаркевич Карина Русланівна – студентка групи МОф-15, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: sharkevych.karyna@gmail.com.

Науковий керівник: Єпіфанова Ірина Юріївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Sharkevych Karyna R. – student, faculty of management and informational security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: sharkevych.karyna@gmail.com.

Yepifanova Iryna Yu. – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Finance and Innovation Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.

ІНВЕСТИЦІЙНО-КРЕДИТНА ДІЯЛЬНІСТЬ МБРР В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Охарактеризовано загальну форму інвестиційної співпраці України з Міжнародним банком реконструкції та розвитку, проаналізовано основні напрями кредитування інвестицій МБРР.

Ключові слова: Міжнародний банк реконструкції та розвитку (МБРР), міжнародне кредитування, інвестиційні ресурси, Світовий банк

Abstract

The general form of investment cooperation of Ukraine with the International Bank for Reconstruction and Development is described, the main directions of IBRD investment lending are analyzed.

Keywords: International Bank for Reconstruction and Development (IBRD), international lending, investment resources, The World Bank

Вступ

У сучасній системі господарювання кредити тих чи інших міжнародних фінансових організацій за умови їх ефективного використання є надзвичайно важливим джерелом забезпечення пріоритетних проектів та завдань соціального й економічного розвитку країни. Зазвичай країни вимушені брати міжнародні кредити, щоб розвивати і підтримувати свою економіку тож Україна не є винятком. На сьогодні, коли держава знаходиться в стані фінансово-економічної і воєнної кризи, її економічна діяльність неможлива без залучення іноземного капіталу та інвестування. Багато різних українських та іноземних вчених займалися дослідженням відносин України з міжнародними фінансово-кредитними організаціями, серед яких Базилевич В. Д., Білорус О. Г., Боринець С. Я., Гальчинський А. С., Єщенко П. С., Л. Бальцеровича, Т. Едісона, А. Зіденберга, Т. Кілліка та інші.

Мета даного дослідження полягає в узагальненні основних принципів кредитного інвестування та співробітництва України з Міжнародним банком реконструкції та розвитку.

Основна частина

Міжнародний банк реконструкції і розвитку, який також називають Світовим Банком, був заснований в липні 1944 р. на валютно - фінансовій конференції в Бреттон - Вудсі (США) і почав свою діяльність в червні 1946 р. Світовий банк (World Bank) має такі організації філії - Міжнародну асоціацію розвитку (МАР), Міжнародну фінансову корпорацію (МФК) і Багатостороннє агентство з гарантування інвестицій (БАГІ). Світовий банк, МФК і БАГІ іноді фігурують під загальною назвою Група Світового банку (World Bank Group).

Спільна мета цих фінансових інститутів: надання допомоги в реконструкції і розвитку економіки країн-членів шляхом заохочення капіталовкладень на виробничі цілі; заохочення приватних та іноземних інвестицій за допомогою надання гарантій або участі в позиках та інвестиціях приватних кредиторів; сприяння перспективному збалансованому зростанню міжнародної торгівлі і підтримка рівноваги платіжних балансів шляхом інвестування в розвиток виробничих ресурсів. Учасниками МБРР є 188 держав [1]. Країни, що подають заявку на вступ в МБРР, повинні бути членами Міжнародного валютного фонду (МВФ).

Першу угоду щодо отримання Україною кредиту від Міжнародного банку реконструкції та розвитку було підписано власне у 1993 році. Угода була розрахована на суму в 500 млн. дол. Основним напрямком використання цих коштів була реабілітація української економіки, що перебувала в той час в затяжній структурній кризі, а також політично та економічно держава перебувала у повній залежності від Російської Федерації та користувалася загальною грошовою одиницею Співдружності Незалежних держав (СНД) – радянським рублем. Наприкінці 1995 року Україна та МБРР підписали “Меморандум про взаєморозуміння щодо стратегії допомоги Світового банку Україні на 1996 – 1998 роки”. Загальна сума, яку МБРР був готовий надати нашій державі становила понад 2 млрд. дол. Наступна програма “Стратегія з питань допомоги Україні на період

2004 – 2007 років” була підписана у 2002 році. Її реалізація полягала у таких напрямках: підвищення конкурентоспроможності національної економіки, прискорення вступу України до СОТ, поглиблення демократичних перетворень та ін. Досить вдалим тут можна вважати проект щодо вдосконалення соціальної сфери. Фундамент змін у цьому секторі закладено реалізацією проекту “Фонд соціальних інвестицій”, який мав на меті підтримати найменш захищені соціальні верстви населення, сприяти створенню робочих місць і вивести Україну на вищий рівень демократичних перетворень та міждержавних відносин. За висновками експертів та дослідників, через непрофесійність тогочасної української влади жоден інший проект так і не був завершений. Загальна кількість коштів, які були витрачені на реформи та структурні перебудови галузей нараховувала близько 300 млн. дол., що склало лише 5% від запланованої суми. Саме тому цей період ми можемо назвати роками цілковито втрачених можливостей в рамках співробітництва України та МБРР. Відтоді, як Україна стала членом МБРР в 1992 р., за понад 26 років співпраці загальна сума зобов’язань Банку перед Україною сягнула майже 12 млрд доларів США в рамках приблизно 70 проектів і програм [2].

Основні поточні проекти:

- Грант Фонду інституційного розвитку на підготовку Проекту «Реформування регіональних систем охорони здоров’я»
- Другий проект розвитку міської інфраструктури
- Підтримка реформ у сільському господарстві та земельних відносинах в Україні
- Грант Фонду чистих технологій для підготовки Проекту «Розумні електромережі»
- Підтримка на впровадження Ініціативи щодо забезпечення прозорості видобувних галузей (ІПВГ)
- Проект зміцнення науково обгрунтованої розробки державної політики на основі освітньої статистики та аналітики
- Підвищення потенціалу ГВП компанії «Укртрансгаз» у рамках спільного фонду ЄК-СБ для підтримки Міністерства енергетики і вугільної промисловості України та НАК «Нафтогаз України» у модернізації української газотранспортної системи»
- Проект підтримки процесу забезпечення реалізації Ініціативи з прозорості видобувних галузей (ІПВГ)

Однією із вагомих причин усвідомлення необхідності співпраці з міжнародними фінансовими організаціями були тогочасні нагальні потреби, пов’язані з розгортанням в Україні політичних та економічних трансформаційних процесів та пошуком ефективної стратегії ринкових змін [3]. Нині ж значний вплив МБРР на реалізацію стабілізаційної політики України головним чином виявляється у стабільному кредитуванні економіки – фінансуванні програм галузевої адаптації та структурної перебудови. Загалом, як показують результати дослідження, структурне регулювання є основною умовою у процесі надання позик МБРР.

Нині портфель проектів Міжнародного банку реконструкції та розвитку в Україні складається з восьми інвестиційних проектів загальною сумою близько 2,5 млрд доларів США та однієї гарантії на 500 млн доларів США. Світовий банк та українська влада впроваджують Концепцію партнерства з Україною на 2017-2021 роки, яка має на меті надання підтримки Україні в забезпеченні стійкого відновлення економіки, від якого отримає вигоду все населення України. Нова концепція партнерства орієнтована на підвищення ефективності функціонування ринків, створення належних умов для забезпечення фінансової та фінансової стабільності, а також на підвищення якості надання послуг для всього населення України[4].

20 червня 2017 року Рада Директорів Світового банку схвалила Концепцію партнерства Світового банку з Україною на 2017-2021 роки. Головною метою Концепції партнерства є сприяння сталому та комплексному відновленню економіки України. Концепція партнерства є стратегічним документом співробітництва між Україною та Світовим банком і узгоджується з цілями стратегії розвитку України, які було визначено в Програмі і плані дій Уряду, схваленому у 2016 році.

Концепція базується на Системній оцінці економіки України, яка була завершена спеціалістами Світового банку у березні 2017 року, та містить середньостроковий план підтримки Світовим банком реформ, що втілюватиме Уряд України. Процес розробки Стратегії почався у жовтні 2016 року із обговорення пріоритетів розвитку України з Урядом, представниками приватного сектора та громадянського суспільства. В процесі розробки були визначені і узгоджені напрямки стратегічного партнерства між Україною та Світовим банком у 2017-2021 роки:

- Управління державними фінансами та реформа державного управління;
- Антикорупційна діяльність;
- Управління найбільшими фіскальними ризиками та покращення управління державними інвестиціями;
- Зміцнення фінансового сектора;
- Покращення інфраструктури;
- Створення рівноправного партнерства у приватному секторі;
- Земельна реформа;
- Реформа охорони здоров'я;
- Приватизація;
- Ефективне, результативне та комплексне надання послуг;
- Соціальна допомога;
- Цільова допомога постраждалим від конфлікту громадам.

Концепція також визначає перелік поточних заходів на 2017 рік, а також плани на 2018 і 2019 роки з розподілом їх по пріоритетах. Заходи на подальші роки носять попередній характер і будуть переглянуті на основі консультацій з Урядом з метою забезпечення їх актуальності. Фінансова підтримка Світового банку протягом всього періоду дії Концепції буде залежати від: прогресу України в реалізації реформ; покращення результатів впровадження портфеля проектів МБРР в Україні; та загального кредитного потенціалу Світового банку і нормативу кредитування для України.

Всі напрямки та реформи зазначені у Концепції є надзвичайно важливими для побудови в Україні ліберальної економіки. Саме тому фінансовий потенціал, технічні знання, глобальний досвід і новаторське мислення команди організацій групи Світового банку у найближчі 4 роки будуть спрямовані на всебічну підтримку цих реформ. Стратегія партнерства з Україною на 2017-2021 роки стане черговим кроком на шляху плідної співпраці України та Світового банку.

Інвестиційно-кредитні проекти МБРР були та залишаються спрямованими на вдосконалення основних державних і комунальних послуг, як-от: централізованого тепlopостачання, водопостачання та водовідведення, охорони здоров'я та соціального захисту, а також державної інфраструктури, зокрема, систем електропередачі та мережі автомобільних доріг. Окрім того, Банк надає підтримку Україні у формі технічної допомоги та рекомендацій щодо політики в розробленні та проведенні комплексних структурних реформ. На додаток до фінансування кількох проектів у приватному секторі, реалізація яких триває, Міжнародна фінансова корпорація впроваджує в Україні масштабну консультаційну програму, спрямовану на спрощення регулювання, поліпшення інвестиційного клімату, підвищення енергоефективності, посилення конкурентоспроможності місцевих виробників продуктів харчування, сприяння відкриттю нових ринків і розширення доступу до фінансування.

Серед основних недоліків співробітництва з МБРР часто наголошують на непрозорості системи відбору кредитних проектів (переважно на основі "міністерського лобіювання", а не відкритого тендеру або обговорення) та відсутності реальної оцінки ефективності реалізації проектів [5]. Так, наприклад, в 2011 році Рахункова палата виявила порушення (зловживання) по кожному із проектів, основними з яких стали: неякісна підготовка документації, проблеми організаційного характеру, що несвоєчасно усувалися, недоліки в плануванні та звітуванні про стан впровадження Проекту, а також неналежний рівень контролю за його виконанням на всіх стадіях реалізації. Відсутність повної оцінки проектів («бюджетної» та «соціально-економічної») на стадії підготовки техніко-економічного обґрунтування не дозволяє здійснити вибір найбільш ефективного шляху реалізації таких проектів, а автоматичне гарантування повернення кредиту з боку уряду сприяє виникненню «ризиків безвідповідальності» – несерйозного ставлення розробників та менеджерів проекту до його обґрунтованості та забезпечення реальної фінансової ефективності у зв'язку з тим, що повернення витрачених коштів автоматично гарантується урядом (при тому, що прийматимуть рішення та повертатимуть кредит зовсім інші уряди, що, по суті, повністю знімає будь-яку відповідальність з безпосередніх учасників проекту з українського боку).

Висновки

Отже, співробітництво України з МБРР підтримує програму економічних реформ у державі й

виступає важливим елементом зовнішнього фінансування, яке спрямоване на підтримку дефіциту бюджету, підготовку та реалізацію довгострокових інвестиційних проектів, що відповідають пріоритетним напрямкам економічного розвитку України, підтримку експорту українських підприємств, страхування імпорту. Україні слід здійснити конкретні кроки, спрямовані на підвищення рівня співпраці у відносинах з МБРР з тим, щоб забезпечити реальну можливість продовження кредитної програми боргу України перед МБРР. З цією метою необхідно приділити більше уваги не лише виконанню програми економічних дій, узгодженої з МБРР, та забезпеченню її сприйняття державними установами як плану заходів, які потрібні не тільки для отримання кредитів, але й для реального реформування економічної системи країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Офіційний сайт Світового банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldbank.org>. – Назва з екрану.
2. Партнерство Світовий банк - Україна. Огляд програм для країни [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Світового банку. – Квітень 2014 р. – Режим доступу: <http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/Ukraine-Snapshot-ukr.pdf>.
3. Сабадаш К. Вдосконалення механізмів контролю та ефективності використання коштів позик МБРР / К. Сабадаш // Збірник наукових праць НАДУ при Президенті України. – 2004. – № 1. – С. 312 – 318
4. Огляд діяльності світового банку в Україні [Електронний ресурс] // World Bank Ukraine. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://data.worldbank.org/country/ukraine>.
5. Україна та Світовий банк: досвід та перспективи співпраці. Матеріали круглого столу. Національний інститут стратегічних досліджень при президентові України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1584/>

Малицька Марина Сергіївна — студентка групи МФК-16б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, malitskams@gmail.com

Науковий керівник: **В'ячеслав Васильович Дзедзжула** – д-р екон. наук, професор, кафедра фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Malitska Maryna S. - student of the MFK-16b group, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Supervisor: **Viacheslav V. Dzhezdzhula** – Doctor of Economics, Professor, Department of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПОНЯТТЯ ПРИБУТКУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В ході роботи проаналізовано різні погляди вчених на визначення прибутку. Виконано їх узагальнення та надано відповідні висновки.

Ключові слова: прибуток, комерційна діяльність, дохід

Abstract

In the course of work, various views of scientists on the definition of profit were analyzed. Their generalization has been completed and the relevant conclusions are given

Keywords: profit, commercial activity, income

Вступ

Прибуток є основною метою діяльності комерційного підприємства, тому його дослідження є невід'ємною частою будь якого аналізу діяльності компанії. Проте для виконання даних дослідження є необхідність розуміти сутність поняття, яке досліджується, і саме тут можуть виникнути деякі проблеми. Прибуток як економічна категорія, існує вже достатньо довгий час, тому створено багато точок зору щодо його дефініції. Через таку ситуацію, іноді важко чітко окреслити і зрозуміти дане поняття. Зважаючи на це його аналіз та узагальнення є надзвичайно актуальними на сьогоднішній день. Предметом дослідження є різноманітні точки зору на поняття прибутку. Даній тематиці присвячені роботи багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених, а саме: Ж.Б. Сея, А. Сміта, І. А. Бланка, С.Ф. Покропивного, Л.І. Шваба, Н.М. Бондара, К.Маркса та інших.

Метою роботи є систематизація підходів до визначення сутності прибутку.

Результати дослідження

Для ґрунтовного дослідження поняття прибутку необхідно дослідити, що саме особою являє ця категорія. Для цього розглянемо різноманітні думки різних вчених на дану проблему. Адам Сміт пише, що «прибуток – це частина вартості, що залишається після вирахування ренти та заробітної плати». Іншими словами він говорить, що прибуток, це те що залишається, після того, як підприємець розраховується зі всіма витратами, які було понесені під час виробництва продукції [1].

В той же самий час Ж.Б. Сей розглядав прибуток, як винагороду підприємця, що складається з 2 частин: 1 частину він отримував за вкладений ним у підприємство капітал, а 2 за свої «промислові здібності, талант, дух порядку та управління» [2]. Якщо порівняти 1 та 2 визначення, то ми бачимо деяку схожість, проте у випадку Ж.Б. Сея присутній пункт індивідуальних якостей підприємця, чого у А. Сміта не має. Проте прибуток і капітал присутній в обох випадках.

У середині XIX ст. набуває розвитку теорія додаткової вартості К. Маркса. У вигляді перетвореної форми додаткової вартості виступає прибуток, який виступає основним стимулом діяльності підприємця. Прибуток утворюється як надлишок виручки над витратами капіталу, який безоплатно привласнюється власниками засобів виробництва. Джерелом прибутку К. Маркс визначає додатковий продукт, який створюється у сфері виробництва і реалізовується у сфері обігу. Перетворення додаткової вартості на прибуток пов'язане з тим, що підприємець витрачає свій капітал не лише на придбання робочої сили, а й на отримання засобів виробництва, без яких неможливі виробничий процес і створення додаткової вартості. Тому «додаткова вартість, як породження всього авансованого капіталу набуває перетвореної форми прибутку» [3].

Сучасні вчені-економісти визначають прибуток, як категорії добробуту, тобто ступенем покращення добробуту підприємства за певний проміжок часу. Так, на думку Дж. Хікса «мета визначення прибутку на практиці полягає в тому, щоб дати людям уявлення про суму, яку вони можуть витратити на споживання, не стаючи біднішими.» Згідно з цією ідеєю, прибуток людини слід визначити як максимальну суму, яку вона може витратити упродовж тижня за умови, що її добробут до кінця даного тижня не зменшиться порівняно з початком [4]. Можна стверджувати, що дане визначення прибутку може бути застосоване до будь-якого суб'єкта господарювання.

Інший погляд на прибуток мають фахівці американського інституту бухгалтерів, які стверджують, що «прибуток...є величиною, яка одержується шляхом віднімання з доходів або виручки собівартості реалізованої продукції, інших витрат та збитків...» [5]. Натомість фахівці Американського інституту присяжних бухгалтерів вважають, що «чистий прибуток (чистий збиток) – це перевищення (дефіцит) доходів над витратами за звітний період...» [6].

На сьогоднішній день багато сучасників економістів трактують прибуток від господарської діяльності, як перевищення доходів над витратами.

Зокрема, С.Ф. Покропивний [7], Л.І. Шваб [8] та Н.М. Бондар [9] розглядають прибуток як частину виручки, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу й комерційну діяльність підприємства. О.О. Гетьман та В.М. Шаповал роблять висновок, що «прибуток представляє собою різницю між ціною реалізації та собівартістю продукції (товарів, робіт, послуг), між обсягом отриманої виручки та сумою витрат на виробництво та реалізацію продукції» [10, 387].

Біла О.Г. визначає прибуток, як «позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва і зрештою свідчить про рівень і якість виробленої продукції, рівень собівартості» [11]. В даному випадку ми бачимо, що прибуток являється прямою характеристикою ефективності роботи підприємства. Такий підхід дозволяє достатньо легко оцінити ефективність роботи підприємства в цілому.

Окремі автори визначають прибуток як кінцевий результат діяльності суб'єкта господарської діяльності, який визначається як різниця між валовим доходом та валовими витратами, отриманими впродовж здійснюваної ризикової та суспільно-корисної діяльності [12]. В роботі [13] прибуток визначається як кінцевий результат діяльності підприємства, що характеризує абсолютну ефективність роботи.

Оцінивши різноманітні бачення вчених та узагальнивши їх, можна зазначити узагальнене визначення поняття прибутку: прибуток – це позитивний результат діяльності, яким розпоряджається один або кілька власників підприємства, що вираховується шляхом відрахування від валового доходу валових витрат.

ВИСНОВКИ

Отже, якщо проаналізувати наведені визначення можна побачити, що раніше вчені робили акцент на фізичній особі, тобто на капіталісті, який вкладав капітал та отримував з цього прибуток, крім того деякі вчені відзначають, що він отримував його також за власні підприємницькі здібності. Проте на сьогодні прибуток більше досліджується з точки зору юридичної особи, а саме підприємства, проте якщо ж розглянути сутність першого та другого підходів, то виявиться, що суттєвої різниці не має. Узагальнення існуючих підходів надало можливість визначити прибуток як позитивний результат діяльності, яким розпоряджається один або кілька власників підприємства, що вираховується шляхом відрахування від валового доходу валових витрат.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Адам С. Дослідження про природу і причини багатства народів / Сміт Адам. – Київ: Ексмо, 2016. – 1056 с.
2. Сей Ж. Б. Трактат по політичній економії / Жан- Батіст Сей. – Київ: Справа, 2009. – 232 с.
3. Карл М. Капітал / Маркс Карл. – Київ: АСТ, 2014. – 832 с.
4. Хикс Дж. Стоимость и капитал / Дж. Хикс. – М.: Прогресс, 1993. – 488 с.
5. Proceeds, Revenue, Income, Profit and Earnings. Accounting Terminology Bulletin [Електронний ресурс] // Committee on Terminology. AIA. – 1955. – Режим доступу до ресурсу: http://3197d6d14b5f19f2f4405e13d29c4c016cf96cbbfd197c579b45.r81.cf1.rackcdn.com/collection/papers/1950/1955_0301_AccountingProceeds.pdf.
6. APB Opinion. No.10.Omnibus Opinion [Електронний ресурс] // American Institute of Certified Public Accountants. – 1966. – Режим доступу до ресурсу: http://www.fasb.org/jsp/FASB/Document_C/DocumentPage?cid=1176156418731&acceptedDisclaimer=true.
7. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства: Підручник. / С. Ф. Покропивний – [2-ге вид. перероб та доп.]. – К.: КНЕУ, 2001. – 352 с.
8. Шваб Л.І. Економіка підприємства: Навч. посібник/ Л.І. Шваб - [4-те вид.]. – К.: Каравела, 2013. – 584 с.
9. Бондар Н.М. Економіка підприємства: Навч. посібник./Н.М. Бондар – К.: Видавництво А.С.К., 2014. – 400 с.

10. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства: Навч. посібник/ О.О. Гетьман – К.:Центр навч. літератури, 2012. – 488 с.
11. Біла О.Г. Фінанси підприємств : навч. посібник / О.Г. Біла. – Львів: Магнолія, 2018. – 383 с.
12. Єпіфанова І. Ю. Фактори зростання прибутку підприємства [Текст] / І. Ю. Єпіфанова, В. С. Гуменюк // Молодий вчений. - 2016. - № 7(34). - С. 46-49.
13. Єпіфанова І. Ю. Фінансовий аналіз та звітність : практикум / І. Ю. Єпіфанова, В. В. Джеджула. – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 143 с.

Владислав Олександрович Слюсар – студент групи МОФ-146, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: vladslyusar@gmail.com

Науковий керівник: **Ірина Юрївна Єпіфанова** – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Vlad A. Slyusar - Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: vladslyusar@gmail.com

Supervisor: **Iryna Yu. Yepifanova** - Cand. Sc. (Econ), Assistant Professor of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Вплив інфляційних процесів на фінансовий стан підприємства в умовах глобалізаційних викликів

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі досліджується сутність та необхідність оцінки впливу інфляційних процесів на фінансовий стан підприємств в умовах глобалізації, а також показники, отримані у результаті аналізу. Визначено найважливіші причини інфляції, проаналізована фінансова звітність та причини, які впливають на якісну характеристику звітів.

Ключові слова: фінансовий стан, інфляційні процеси, глобалізаційні виклики, характеристика фінансового стану, сутність, досліджувана категорія.

Abstract

In this paper, the essence and necessity of an assessment of the influence of inflation processes on the financial state of enterprises in the conditions of globalization, as well as the indicators obtained as a result of the analysis are studied. The most important causes of inflation are determined, financial statements are analyzed and reasons that influence the qualitative characteristics of the reports.

Keywords: фінансовий стан, інфляційні процеси, глобалізаційні виклики, характеристика фінансового стану, сутність, досліджувана категорія.

Вступ

Незначні інфляційні процеси практично не мають впливу на фінансовий стан підприємства та його звітність. Невелика інфляція є допустимою і навіть корисною, бо сприяє зростанню активності власників грошей, примушує вкладати їх у прибуткову справу, оскільки гроші, що лежать без руху, втрачають цінність. Висока інфляція негативно впливає на весь виробничий процес, і є основним дестабілізуючим чинником виробництва і фінансового стану підприємства. Причому, чим вищі темпи інфляції, тим більшим є ступінь відхилення як активу, так і пасиву балансу підприємства (відхилюються усі основні фінансові результати діяльності підприємства). Інфляція знецінює всі доходи й надходження підприємства. Будь-яке відстрочення платежів призводить до того, що підприємство одержує лише частину доходу, який йому належить. Відомо, що баланс, складений за звітний період без урахування впливу інфляції, буде джерелом необ'єктивної інформації і користувачі можуть прийняти рішення, неадекватні реальним процесам, бо різні елементи балансу втрачають свою вартість з різною швидкістю. Вагомий внесок у розробку теоретичних та методичних засад оцінки інфляційних процесів фінансового стану підприємств внесли такі вчені як В.В. Зянько, В.Г. Фурик, В.Г. Белоліпецький, Л.Д. Білик, І.О. Бланк, Л.Д. Буряк, Ф.Ф. Бутинець, О.Д. Василик, О.Н. Волкова, Г.П. Герасименко, К.В. Ізмайлова, В.В. Ковальов, Т.М. Ковальчук, М.Я. Коробов, Л.А. Лахтіонова, А.М. Поддєрьогін, Г.В. Савицька, С.І. Шкарабан, М.І., Ключко В.Г. та ін.

Метою роботи є дослідження сутності та необхідності оцінки впливу інфляційних процесів на фінансовий стан підприємств в умовах глобалізації, а також дослідження показників, отриманих у результаті аналізу. Визначити найважливіші причини інфляції та проаналізувати фінансову звітність і причини, які впливають на якісну характеристику звітів.

Результати дослідження

За умов переходу економіки України до ринкових відносин, суттєвого розширення прав підприємств у галузі фінансово-економічної діяльності значно зростає роль своєчасного та якісного аналізу фінансового стану підприємств, оцінки їхньої ліквідності, платоспроможності і фінансової стійкості, пошуку шляхів підвищення рівня економічної безпеки та впливу інфляційних процесів в умовах глобалізаційних викликів. Так на думку Фурика В.Г., фінансовий стан підприємства – комплексне

поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визнається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що в ідображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів[1, с.34]. Інфляція – це знецінення грошової одиниці, зменшення її купівельної спроможності. Як правило, сучасні економісти розглядають інфляцію як багатофакторний процес, тобто причини інфляції різноманітні.

До найважливіших причин інфляції можна віднести:

- 1) непродуману політику центрального банку;
- 2) незбалансованість державних видатків і прибутку;
- 3) кредитну експансію;
- 4) переважання в ринкових структурах олігопольних ринків [2];

На думку Ключко В.Г., глобалізація – об’єктивне явище, яке не залежить від волі окремих людей. Процеси глобалізації нарастають і розповсюджуються із дедалі більшою швидкістю і завжди мають економічну основу[3, с.46].

Інфляція має здатність суттєво впливати на економічні процеси країни, особливо в умовах глобалізаційних викликів. Вона впливає на фінансовий стан підприємств і, передусім, на величину їх грошових потоків. Для визначення реальної величини грошового потоку витрат, виручки або прибутку необхідно розділити номінальну величину цього потоку на індекс інфляції (табл.1).

Індекс інфляції в Україні за 2014-2018 рр. [2]

Роки	2014	2015	2016	2017	2018
Індекс інфляції, %	100,5	124,9	143,3	112,4	113,7

Вплив інфляції на фінансовий стан підприємства відбувається внаслідок таких моментів:

- 1) зниження вартості активів на підприємстві;
- 2) зниження собівартості продукції в результаті зниження вартості матеріалів і внаслідок амортизаційних відрахувань;
- 3) ерозії капіталу – внаслідок неможливості значного нагромадження підприємством грошових коштів для оновлення своїх основних фондів;
- 4)обезцінення доходів підприємства і формування додаткових потреб у збільшенні фонду споживання.

Незначна інфляція є допустимою, бо сприяє зростанню активності власників грошей, примушує вкласти їх у прибуткову справу. За наявності високих інфляційних процесів облікова інформація, яка базується на фактичній оцінці, може спотворювати дані про фінансовий стан і результати діяльності підприємства. Інфляція впливає на купівельну спроможність грошових одиниць, тобто основних одиниць виміру бухгалтерського обліку.

Зниження витрат підприємства в частині матеріальних витрат і амортизації викликає необґрунтоване зниження собівартості, тобто неповне покриття реальної суми поточних витрат із виручки підприємства. В умовах інфляції при використанні в обліку оцінок за початковою вартістю доходи, що виражені в грошових одиницях поточної купівельної спроможності, співставляються з витратами, що вимірюються в грошових одиницях купівельної спроможності минулих періодів. Результатом чого є викривлення фінансових результатів, а саме, відбувається безпідставне завищення даного показника. Сума отриманої виручки не дозволяє покрити в повному обсязі суму понесених підприємством матеріальних витрат. А це призведе до того, що в наступному звітному періоді необхідно буде більше грошових коштів, а ніж відшкодованого в попередньому.

Не урахування рівня інфляції може призвести до отримання необ’єктивної інформації щодо реального фінансового стану підприємства, що в сучасних умовах глобалізації негативно вплине на виробничу діяльність підприємства.

Висновки

Проаналізувавши все вищезазначене, виділимо найосновніші аспекти, що були розглянуті:

® Вплив інфляційних процесів на фінансовий стан підприємства здійснюється через фінансову звітність. Фінансова звітність формується в грошовому вимірнику, а оцінка її статей відображає ціни різних періодів часу, зміна цін, в свою чергу, негативно впливає на якісні характеристики звітів.

® Для того, щоб користувачі інформації приймали рішення, адекватні реальними процесами, необхідно коригувати показники звітів на індекс інфляції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Зянько В.В. Фінанси підприємств. Частина 2: навч.посіб. /Зянько В.В., Фурик В.Г., Вальдшмідт І.М.,-Вінниця, ВНТУ, 2016-144с.
2. Індекс інфляції в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://deltasoft.dp.ua/index/infl/>
3. Єпіфанова І. Ю. Фінансовий аналіз та звітність : практикум / І. Ю. Єпіфанова, В. В. Джеджула. – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 143 с.
4. Клочко В.Г. Глобалізація та її вплив на країни з перехідною економікою /В.Г. Клочко // Економіка України. – 2001.- №10. – С.51-58.

Багінська Наталія Миколаївна – студентка групи МФК-18мі, факультет менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: fm.mof14b.baginska@gmail.com

Науковий керівник: **Фурик Василь Григорович** – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Baginska Nataliya M- Department of finance and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: fm.mof14b.baginska@gmail.com

Supervisor:**Furyk Wasyl G.-** Cand. Sc. (Eng), Assistant Professor of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Обґрунтовано науково-методичні, теоретичні положення і теоретичні засади функціонування машинобудівних підприємств за умов підвищення ефективності їх інноваційної діяльності.

Ключові слова: ефективність інноваційної діяльності, інноваційний потенціал, інноваційний процес, машинобудування.

Abstract

The scientific-methodical, theoretical positions and theoretical foundations of functioning of machine-building enterprises in the conditions of increase of their innovative activity efficiency are substantiated.

Keywords: efficiency of innovation activity, innovative potential, innovation process, mechanical engineering.

Вступ

В сучасних умовах інновації виступають найважливішим засобом забезпечення умов виходу з економічної кризи, зростання технічного прогресу, підвищення якісних показників економічної діяльності. Забезпечити високу ефективність виробництва у умовах змін, коли рівень визначеності економічних і соціальних показників дуже низький, можливо лише на основі управління інноваціями [1, с.13].

Особливої актуальності набувають питання більш глибокого вивчення шляхів та можливостей ефективного використання інноваційної діяльності, як основи економічного зростання, пошук методів розв'язання низки теоретичних та практичних завдань у тих сферах господарювання, які виступають каталізатором розвитку економіки. Такими є підприємства машинобудівної галузі, яка є фондоутворюючою і визначає рівень технологічного розвитку інших секторів економіки. На сучасному етапі розвитку промислових підприємств України характерна серйозна криза в інноваційній сфері, що вимагає вживання активних заходів з її подолання як з боку держави, так і з боку підприємств. Для вирішення зазначених питань необхідно систематично досліджувати сутність ефективності інноваційної діяльності підприємства та його складових, особливості їх взаємодії у процесі розвитку підприємства для ефективної реалізації заходів інноваційного розвитку. Питання пов'язані з інноваційною діяльністю розглядаються такими вченими як: М.П. Войнаренко, С.В. Захаров, В.І. Захарченко, С.М. Ілляшенко, О.В.Одрехівський, Т.М. Пілявоз, А.І. Сільченко, А.О. Ширяєв, І.М. Школа, А.В. Череп та ін.

Мета дослідження полягає в аналізі інноваційної діяльності й визначення перспектив інноваційного розвитку машинобудівних підприємств.

Результати досліджень

Сучасний економічний розвиток України неможливий без першочергового відродження машинобудівної галузі, яка є джерелом забезпечення засобами праці. Саме рівень якості машинобудівної продукції, її відповідність сучасним вимогам, закладають основи розвитку інших галузей економіки. Сьогодні в Україні на більшості машинобудівних підприємств питанням планування приділяється недостатньо уваги. В сучасних умовах ключовою складовою розвитку підприємств машинобудування має стати розробка стратегічних планів, які повинні комплексно враховувати внутрішні та зовнішні чинники, тенденції та особливості економічних процесів, які відбуваються в Україні та світі [2, с.88–89].

У провідних країнах світу термін служби технологічного обладнання не має перевищувати 7–10 років, а в Україні середній розрахунковий вік перевищує 20 років. Зношеність основних засобів у середньому в машинобудівній галузі складає 70–80 %. Щорічний відсоток оновлення

обладнання є надзвичайно низьким — 0,01 %, тоді як у провідних країнах світу з розвинутим машинобудуванням вважається, що щорічно повинно оновлюватись 10–12 % технологічного обладнання. Проблема залишається і відсутність достатнього обсягу інвестиційних ресурсів, необхідних для виведення машинобудівної промисловості на шлях конкурентного розвитку. Інноваційна активність у галузі недостатня. Державні програми інноваційного розвитку часто не забезпечують очікуваних результатів, міністерства і відомства, обтяжені соціальною необхідністю підтримки традиційних виробництв, не мають достатньо коштів для інноваційних перетворень, а недержавні комерційні установи все ще не можуть здійснювати довгострокові проекти, які б забезпечували базові технологічні зміни. Лише близько 14 % підприємств проводять інноваційну діяльність, хоча працює значна кількість наукових і конструкторських організацій.

Повільний розвиток машинобудівних підприємств у сфері інновацій тісно пов'язаний і з недосконалістю діючої системи оподаткування. Так, надмірний податковий тиск, спричинений необґрунтовано високими ставками податків на виробництво та імпорт інноваційної продукції, не лише значно сповільнює інноваційну активність товаровиробників, а й змушує багатьох із них йти у тінь з метою виживання. Основними завданнями управління інноваційною діяльністю підприємства є формування пріоритетів його інноваційної діяльності, а також визначення потреби виробництва в інноваціях. Не менш важливим є визначення сфер застосування інновацій, забезпечення процесу створення і впровадження інновацій і його контроль [3].

Розглядаючи класифікаційні ознаки інновацій, запропоновані вітчизняними та зарубіжними вченими, можна зробити висновок, що не існує універсальної класифікації інновацій, які визначають ефективність інновацій та галузеві особливості в машинобудуванні. У запропонованій класифікації виділено ряд важливих критеріальних ознак: виробнича, структурна та цільова ознака за часом реалізації (рис. 1). Особливістю даної класифікації є те, що вона дозволяє відображати, окрім традиційних розмежувань, критерії джерел підвищення ефективності інновацій та фактори, які сприяють її прояву.

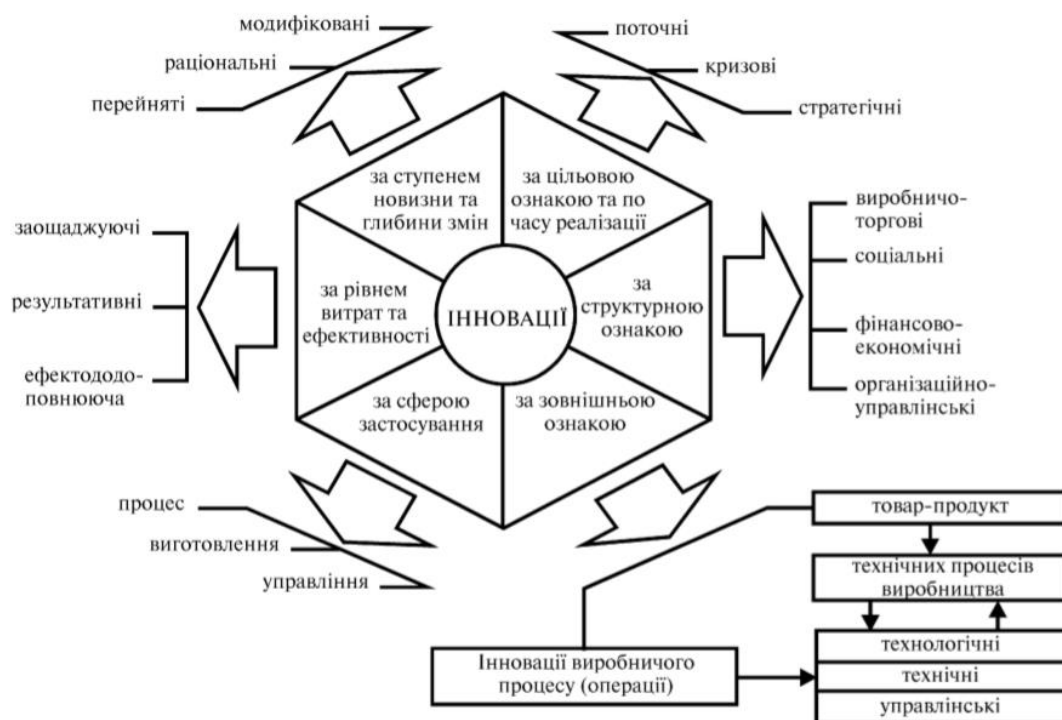


Рис. 1. Класифікація інновацій у машинобудуванні. [4, с. 118]

Ця класифікація дозволяє точно позиціонувати інновації стосовно машинобудування, побачити їх спрямованість і оцінювати ефективність діяльності їх використання.

У сучасних умовах спостерігається критичний стан у здійсненні інноваційної діяльності на машинобудівних підприємствах у зв'язку з їх недостатнім фінансовим забезпеченням. До при-

чин, що гальмують реалізацію інноваційної діяльності, відноситься також скорочення фінансування фундаментальних досліджень. Участь держави (кошти держбюджету та місцевих бюджетів) в інноваційній діяльності неприпустимо незначна (на рівні 1% від загального обсягу фінансування інновацій). Також на низькому рівні залишаються інвестиційні можливості націльних банків. Крім того, західні експерти відмічають надмірно високі інвестиційні та економічні ризики для української економіки, які оцінюються на рівні 60%, про що також свідчить обсяг інвестицій інших країн у машинобудівну галузь України (3,6% від загального обсягу інвестицій). Без коригування існуючої практики кредитування виробництва неможливо виправити становище, при якому машинобудування не може сподіватися на повноправну інтеграцію в загальносвітовий ринок.

Ефективність оцінювання інноваційної діяльності машинобудівних підприємств залежить від сукупності факторів та чинників, зокрема такий важливий чинник, пов'язаний з проведенням інноваційної діяльності, як час, витрати на ресурси, результативність. Комплексну оцінку ефективності впровадження інноваційної продукції необхідно проводити у двох напрямках:

1. оцінка економічної ефективності інноваційної діяльності й інновацій з отримання прибутку (складається з традиційних показників ефективності);
2. оцінка ефективності інноваційної діяльності з погляду реалізації інноваційних процесів і досягнення цілей підприємства у вигляді отримання інновацій (продуктів, технологій).

Розрахунок показників ефективності інноваційної діяльності необхідно здійснювати на основі фактичних результатів діяльності підприємства, через певні проміжки часу. Аналіз чинних організаційно-правових форм управління розвитком інноваційного потенціалу підприємства свідчить про вирішальну роль спільного управління інноваційним потенціалом із застосуванням відповідної організаційної структури, що дозволить поєднати фінансові і виробничі можливості підприємств і слугуватиме базою для нарощування інноваційного потенціалу. Ці проблеми найбільш ефективно можна вирішити за допомогою кластерного підходу.

Потреба у прискореному створенні в Україні кластерних систем у галузі машинобудування зумовлюється, насамперед, особливістю сучасного механізму формування конкурентоспроможності підприємств машинобудування на вітчизняному та міжнародному ринках, що базується переважно на генерації і нарощуванні інноваційного потенціалу, який, у свою чергу, створює основу для розвитку сукупності науково-технологічних, фінансових, виробничих і маркетингових ланцюгів зі створення нових продуктів і технологічних процесів з визначеними параметрами [4, с. 115-120].

Висновки

Отже, повільна адаптація підприємств машинобудування до роботи в ринкових умовах; нерозвинутість інфраструктури ринку (відсутність реального моніторингу, дистрибуторської системи, фірмового технічного обслуговування); застарілість основних фондів, низький їх технічний рівень, відсутність обладнання, придатного до переналадження без значних витрат для впровадження ресурсозбережних технологій — все це визначило необхідність пошуку шляхів підвищення ефективності інноваційної діяльності, що дасть змогу українським підприємствам значно підвищити рівень конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Зянько В.В. Інноваційне підприємство в Україні: проблеми становлення і розвитку. Монографія. – Вінниця: УНІВЕРСУМ – Вінниця, 2005. – 263с.
2. Захаркіна Л. С. Збалансування економічного розвитку машинобудівних підприємств в процесі стратегічного планування / Л.С.Захаркіна // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 3. — С. 88–95.
3. Наука та інновації [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Польова Н.М. Класифікація інноваційної діяльності машинобудівних підприємств / Н.М.Польова // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: збірник наукових.

Діана Олександрівна Лабан – студентка групи МОФ-15б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: fm.2mo15.laban@gmail.com

Науковий керівник: **Фурик Василь Григорович** – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Diana A. Laban - student of group MOF-15b, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsya, e-mail: fm.2mo15.laban@gmail.com

Scientific supervisor: **Vasyl G. Furik** - candidate. econ Sciences, Associate Professor, Department of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsya

ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Охарактеризовано роль фінансової стратегії та її місце в системі управління підприємством. Проведено узагальнення етапів формування фінансової стратегії.

Ключові слова: Стратегічне управління, фінансова стратегія, управління підприємством

Abstract

The role of financial strategy and its place in the enterprise management system are described. The generalization of the stages of financial strategy formation is carried out.

Keywords: Strategic management, financial strategy, enterprise management

Вступ

Сучасні економічні процеси вносять значні зміни в економіку країни, зокрема й у фінансову сферу. Будь-який суб'єкт господарювання наразі підлаштовується під дію цих змін. У зв'язку з цим велика увага приділяється питанню стратегічного управління в цілому, й фінансової стратегії, зокрема. Зростання ролі стратегічного управління підприємством пов'язане з тим, що воно стає вагомим засобом збереження конкурентоспроможності та виступає невід'ємною частиною підприємницької діяльності. Вагомий внесок у вивчення питань розробки стратегій підприємства та фінансової стратегії зробили науковці: І. Ансофф, А. Грин'юв, І. О. Бланк, П. Друкер, Ю. Б. Іванов, Роберт Каплан, О.В. Ревенко, М. Портер, О.М. Тищенко, А. А. Томпсон, Чечетова-Терашвілі Т. М. та інші.

Мета даного дослідження полягає у визначенні місця фінансової стратегії у системі управління підприємством.

Основна частина

Процес розробки стратегії ґрунтується на ретельному вивченні можливих напрямів розвитку й діяльності та полягає в виборі загального напрямку діяльності підприємства, ринків збуту продукції, залучення споживачів, методів конкуренції, всіх видів ресурсів для ведення бізнесу. Більш доцільно було б трактувати «стратегію» як систему загального розвитку компанії, тому що саме стратегія повинна відображати, куди рухається підприємство з чітко продуманим планом та як необхідно діяти в тій чи іншій конкретній ситуації. Кінцевою метою діяльності підприємства в ринкових умовах є отримання прибутку. Тому дуже важливо під час стратегічного планування максимально врахувати фактори й аспекти подальшого розвитку підприємства для обґрунтованого визначення величини прибутку та забезпечення певного рівня прибутковості.

Стратегія підприємства – це процес формування генерального перспективного напрямку розвитку підприємства на основі визначення якісно нових цілей, узгодження внутрішніх можливостей підприємства з умовами зовнішнього середовища та розробка комплексу заходів, які забезпечують їх досягнення[1]

В процесі обґрунтування перспективних напрямків функціонування підприємства можуть формуватися різноманітні типи стратегій, які можна класифікувати за наступними ознаками [2-5]:

1. Залежно від масштабу розробки:

- загальна (генеральна) стратегія;
- допоміжні (підтримуючі) стратегії.

2. За напрямками діяльності розробляють такі види допоміжних стратегій – маркетингова, виробнича (операційна), фінансова, інвестиційна, стратегія здійснення інших напрямків та видів діяльності

3. Залежно від виду ресурсів, управління якими здійснюється, розробляються допоміжні стратегії формування та використання трудових ресурсів, основних фондів та матеріально-технічної бази, формування власного капіталу, залучення позикового капіталу та інших необхідних підприємству ресурсів.

4. Залежно від темпів розвитку розрізняють стратегії:

- стратегія прискореного зростання – передбачає значне підвищення рівня коротко- та довгострокових цілей над досягнутими показниками. Така стратегія характерна для підприємств, що розвиваються, та пов'язана з високим ризиком [2];

- стратегія обмеженого зростання – характерне встановлення цілей від досягнутого. Така стратегія характерна для підприємств, що в основному задоволені своїм становищем, прибуткові та ефективні;

- стратегія збереження становища – орієнтована на забезпечення стабільного становища підприємства на ринку, зміцнення його ринкових позицій. Показники діяльності підприємства визначаються, виходячи з темпів, що прогнозуються, та характеру зміни ринку діяльності підприємства;

- стратегія скорочення – приймається тоді, коли показники діяльності підприємства продовжують погіршуватися, при економічному спаді та при загрозі банкрутства.

5. Залежно від способів забезпечення розвитку розрізняють такі види стратегії:

- стратегія концентрованого розвитку – подальший розвиток підприємства забезпечується за рахунок удосконалення діяльності в межах освоєного ринку функціонування (ринкової ніші);

- стратегія диверсифікованого розвитку – за рахунок диверсифікації діяльності та освоєння нових ринків збуту;

- стратегія інтегрованого розвитку – за рахунок утворення нових структурних підрозділів, розвитку нових видів діяльності, застосування різноманітних форм інтеграції із своїми контрагентами[3].

Фінансова стратегія є невід'ємною складовою генеральної стратегії. Під фінансовою стратегією слід розуміти формування системи довгострокових цілей фінансово-господарської діяльності й вибір найефективніших шляхів їх досягнення, зважаючи на тенденції розвитку фінансового ринку. Механізм фінансової стратегії підприємства класифікуються за такими ознаками: сфера впливу фінансового механізму, напрямок, суб'єкт і об'єкт впливу фінансового механізму (компоненти ресурсів підприємства), рівень використання фінансового механізму, ступінь універсальності, глибина часового горизонту, метод впливу (характер впливу на фінансові потоки), кількість бізнес-процесів, які охоплюються механізмом, спосіб актуалізації фінансового механізму[4].

Оскільки фінансова стратегія є складовою частиною загальної стратегії економічного розвитку підприємства, вона підпорядковується загальній стратегії та має бути узгоджена з її цілями та напрямками. В цьому зв'язку якщо загальну стратегію економічного розвитку підприємства розглядати як систему, то фінансова стратегія може виступати в якості елемента цієї системи. Зважаючи на теорію систем, як сама система впливає на елементи, які її утворюють, так і кожен з елементів впливає на стан, якісні та кількісні характеристики системи.

Формування фінансової стратегії є досить важким і трудомістким процесом, оскільки потребує значних витрат часу, праці та виконання комплексних розрахунків. Важливим у здійсненні цього процесу є врахування таких чинників:

- орієнтації фінансової стратегії на загальну стратегію розвитку підприємства на ринку;
- рівня законодавчого та нормативно-правового регулювання підприємницької діяльності;
- економічної й політичної ситуації в країні;
- типу ринкової позиції підприємства, оскільки вибір фінансової стратегії залежить від маркетингової політики суб'єкта господарювання, зокрема від того, на яку цільову аудиторію спрямоване виробництво продукції, яку частку і тип ринку (вітчизняний чи міжнародний) планує зайняти підприємство;

- ресурсного забезпечення підприємства, так як на формування фінансової стратегії впливає кількість і якість ресурсів, зокрема чисельність й кваліфікація працівників, наявність основних засобів, забезпеченість власними коштами, можливість залучення позикових коштів та інвестицій, інноваційний потенціал.

- галузевої належності суб'єкта господарювання, поскільки галузь економіки, до якої належить підприємство, окреслює напрям формування його фінансової стратегії, а сільське господарство, як відомо, має безліч особливостей порівняно з іншими галузями національної економіки;

- фінансового стану та конкурентних переваг існуючих і потенційних підприємств конкурентів, надійності постачальників та покупців;
- рівня ризику фінансової діяльності, що викликається інфляційними коливаннями, різкими стрибками курсу валют, ризиками неплатежів, ймовірністю настання фінансової кризи тощо.
- кон'юнктури товарного і фінансового ринків та її зміни [7].

Висновки

Отже, фінансова стратегія підприємства є невід'ємною складовою частиною та важливим елементом системи менеджменту на підприємстві, також стратегія посідає центральне місце серед його функціональних стратегій та визначає основні напрями підвищення ефективності управління його фінансовою діяльністю та розвитку фінансових відносин з конкурентами. Оцінка ефективності реалізації стратегії сприяє встановленню взаємозв'язку між рівнем успішності управління підприємством та ступенем досягнення стратегічних цілей, направлених на зростання його ринкової вартості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гончаренко О.М. Фінансова стратегія: теоретичні питання розробки та реалізації / О.М. Гончаренко/Вісник соціально-економічних досліджень. – 2015. – Вип. 1. – № 56. – С. 35–40.
2. Ансофф И. Стратегический менеджмент/ И.Ансофф, пер с англ. под ред. А.П. Петрова. - СПб.: Питер, 2011. – 344 с. , с.54; Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. – Альпина Паблишер: Питер, 2016. – 454с.
3. Стрикленд А. Дж., Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебник / А. Дж. Стрикленд, А. А. Томпсон .— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012 .— 578 с
4. Формування фінансової стратегії підприємства та її значення у конкурентному ринковому середовищі / [П.М. Макаренко, В.І. Аранчій, О.П. Зоря, Ю.П. Лашко] // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – 2012. – Вип. 4. – Т. 1. Економічні науки. – С. 3–7.
5. Єпіфанова І. Ю. Оцінювання ризику стратегій розвитку підприємств молочної галузі [Електронний ресурс] / Дзеджула В. В., Єпіфанова І. Ю., Дзюбко М. Ю. // Економіка та суспільство. - 2017. - Вип. 13. - С. 428-434. - Режим доступу: <http://economyandsociety.in.ua>
6. Єпіфанова І. Ю. Формування стратегії розвитку підприємства в сучасних умовах / Єпіфанова І. Ю., Дзюбко М. Ю. //Вісник ОНУ ім. І.І. Мечнікова. – 2017. – Т. 22. – Вип. 2 (55). – С. 99-103
7. Фінансова стратегія в управлінні підприємствами: монографія / А.Г. Семенов, О.О. Єропутова, Т.В. Перекрест та ін. – Запоріжжя : КПУ, 2008. – 188 с.

Попович Іванна Михайлівна – студентка групи МФК-16б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, fm.2mo16.popovych@gmail.com

Науковий керівник: **Дзеджула В'ячеслав Васильович** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця

Popovych Ivanna M. - student of the MFK-16b group, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Supervisor **Vyacheslav V. Dzhezdzhula** – Doctor of Economics, Professor, Department of Finance and innovation management, Vinnytsia National Technical University

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі розглянуто сутність поняття «інноваційна діяльність», проаналізовано основні джерела фінансування інноваційної діяльності на підприємстві.

Ключові слова: інноваційна діяльність, фінансове забезпечення, джерела фінансування.

Abstract

In the article the essence of the concept of "innovative activity" is considered, the main sources of financing of innovative activity at the enterprise are analyzed.

Key words: innovative activity, financial support, sources of financing.

Вступ

В умовах сьогодення роль інновацій у формуванні глобального економічного простору, конкурентоспроможності державної економіки та в цілому економічному розвитку держави та окремих підприємств є досить важливою. Щодня з'являються нові технології та методи виробництва, якщо підприємство не впроваджує інновації то згодом збанкрутує. В значній мірі, комерційний успіх інноваційного продукту залежить від здатності підприємства фінансово підтримувати реалізацію всіх інноваційних задумів. Незважаючи на те, що потенційних інструментів залучення коштів є доволі багато, питання недостатності й невідповідності фінансового забезпечення вітчизняних підприємств при здійсненні інноваційної діяльності нині є дуже актуальними.

Проблемам фінансового забезпечення інноваційного розвитку України присвячено широке коло досліджень вітчизняних науковців, а саме: Ю. М. Бажала, В. М. Геєця, Н. Б. Демчишака, М. І. Диби, І. Ю. Єпіфанової, В. В. Занько, К. О. Ільїної, О. М. Колодізева, М. І. Крупки, С. В. Онишко, В. М. Опаріна, З. В. Юринець та низки інших.

Метою статті є узагальнення теоретичних аспектів фінансового забезпечення інноваційної діяльності на підприємствах.

Виклад основних результатів дослідження

Впровадження інновацій дозволяє підприємству стати більш конкурентоспроможним на ринку, що в подальшому приводить до отримання вищого рівня прибутку та зменшення витрат, тобто повністю виправдовує всі витрати на впровадження самих інвестицій.

Закон України «Про інноваційну діяльність» визначає інноваційну діяльність як діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [1].

Як відомо, інноваційна діяльність охоплює практично усі сфери життя і діяльності підприємства, включаючи найрізноманітніші інноваційні процеси, що відбуваються у виробничій і невиробничій системах, що у свою чергу вимагає фінансових ресурсів для впровадження інновації. Будь-яка форма інновацій вимагає певного рівня фінансового забезпечення, зокрема за рахунок власних коштів.

Фінансове забезпечення інноваційної діяльності можна визначити як сукупність економічних відносин, що виникають між суб'єктами інноваційної діяльності з приводу пошуку, залучення і ефективного використання фінансових ресурсів з метою отримання економічного ефекту із використанням організаційно-управлінських принципів, методів і форм впливу цих ресурсів на інноваційну діяльність [2].

Схема системи фінансового забезпечення впровадження інновацій наведена на рис. 1.

Усі фінансові ресурси, які підприємство може використовувати для інноваційної діяльності, можна поділити на власні, залучені та позичені. Для більшості вітчизняних підприємств саме залучені фінансові ресурси є найбільш цікавими й бажаними, зважаючи на брак власних коштів та

високі відсоткові ставки за позиченими фінансовими ресурсами. Важливим є наявність і трудових ресурсів в необхідній кількості та належної кваліфікації [3].

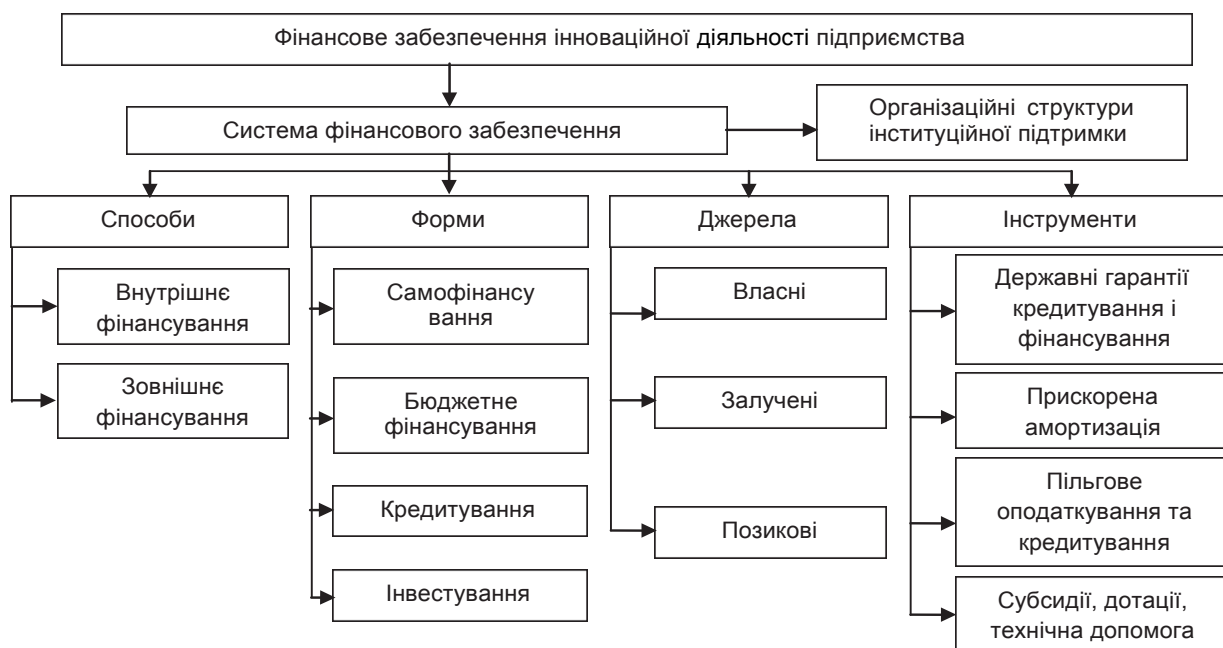


Рис. 1. Структурно-логічна схема системи фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємства [4]

Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» до джерел фінансової підтримки інноваційної діяльності відносять:

- кошти Державного бюджету України;
- кошти місцевих бюджетів і кошти бюджету Автономної Республіки Крим;
- власні кошти спеціалізованих державних і комунальних інноваційних фінансово-кредитних установ;
- власні чи запозичені кошти суб'єктів інноваційної діяльності;
- кошти (інвестиції) будь-яких фізичних і юридичних осіб;
- кошти (інвестиції) інститутів спільного інвестування;
- інші джерела, не заборонені законодавством України. [1]

У таблиці 1 наведено загальний обсяг фінансування інноваційної діяльності за джерелами, згідно з даними Державної служби статистики України у розрізі 2010, 2015 та 2017 років.

Таким чином, фінансування інноваційної діяльності відбувається в основному за рахунок власних коштів підприємства, тобто з прибутку та амортизаційних відрахувань, завдяки мобілізації внутрішніх активів або внесків власників підприємства.

Брак власних ресурсів і високі відсоткові ставки за кредитами становлять суттєву перешкоду здійсненню інноваційної діяльності. Обсяги фінансування за кошти іноземних інвесторів коливаються в межах 0,4–30 % у сторону зменшення, що вказує на відсутність довіри до вітчизняної економіки. Основними причинами, що стримують іноземних інвесторів, крім високого рівня інноваційного ризику, є: політична нестабільність, недосконале вітчизняне законодавство, низький рівень захисту з боку держави та місцевих органів самоврядування, військові дії на сході України. Частка коштів місцевих бюджетів і вітчизняних інвесторів, що використовуються для фінансування інноваційної діяльності, є незначною – від 0,1 до 3 %. Ця ситуація пояснюється дефіцитом державних централізованих фінансових ресурсів, відсутністю державної підтримки бізнесу. Непопулярними є і кредити, що будуть фінансувати введення інновацій на підприємстві, що пояснюється значною ставкою інфляції – 101% на січень 2019 року [6].

Загалом доводиться констатувати, що, зважаючи на нинішню економічну ситуацію, розраховувати на відчутну бюджетну підтримку фінансування інноваційної діяльності досить складно. Обмеженість джерел фінансування інноваційної діяльності підприємств спричинена фінансовою кризою, зниженням кредитного рейтингу України.

Таблиця 1 – Загальний обсяг фінансування інноваційної діяльності за джерелами [5]

	2010		2015		2017	
	тис.грн	у відсотках до загального обсягу	тис.грн	у відсотках до загального обсягу	тис.грн	у відсотках до загального обсягу
Усього	8045495,2	100,0	13813674,4	100,0	9117537,2	100,0
у тому числі за рахунок коштів власних	4775235,7	59,3	13427034,7	97,2	7704114,4	84,5
державного бюджету	87001,0	1,1	55141,2	0,4	227290,5	2,5
місцевих бюджетів	5663,7	0,1	38361,9	0,3	95584,7	1,0
позабюджетних фондів	929,0	0,0	1403,0	0,0	311,7	0,0
вітчизняних інвесторів	31018,7	0,4	74277,6	0,6	273086,8	3,0
іноземних інвесторів	2411395,6	30,0	58633,0	0,4	107773,0	1,2
кредитів	626107,6	7,8	113742,0	0,8	594464,5	6,5
інших джерел	108143,9	1,3	45081,0	0,3	114911,6	1,3

Недостатній рівень фінансового забезпечення інноваційної діяльності є однією із причин низького рівня інноваційної активності вітчизняних промислових підприємств.

Висновки

Отже, в результаті проведеного дослідження було розглянуто сутність поняття «інноваційна діяльність», проаналізовано основні джерела фінансування інноваційної діяльності на підприємстві, що дає змогу стверджувати: основним джерелом фінансування інновацій є власні кошти підприємства, частка фінансування з державного бюджету незначна, але спостерігається тенденція до її збільшення, що вказує на певну підтримку зі сторони держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40-IV (з чинними змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Єпіфанова І.Ю. Теоретичні аспекти фінансового забезпечення інноваційної діяльності промислових підприємств / І.Ю. Єпіфанова // Економічний часопис – XXI. – 2012. – № 11-12. – С. 30-32.
3. Джеджула В. В. Сучасні форми фінансового забезпечення інноваційної діяльності / Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю. // Вісник Хмельницького національного університету. Серія Економічні науки. - 2016. - №2. - Т. 2. - С. 22-24.
4. Дехтяр Н. А. Механізм управління фінансовим забезпеченням інноваційної діяльності підприємств / Н. А. Дехтяр, Н. Г. Пігуль, О. В. Люта // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. – 2014. – Вип.7 – Ч. 5.– С. 9–13.
5. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
6. Офіційний сайт Міністерства фінансів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/2018>

Очеретна Вікторія Юріївна - студентка групи МОф-156, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, email: ocheretnaya199859@gmail.com

Науковий керівник: **Єпіфанова Ірина Юріївна** - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Victoria Ocheretna Y. - student, faculty of management and information security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsya, email: ocheretnaya199859@gmail.com

Supervisor: **Iryna Yu. Yepifanova** - Cand. Sc. (Econ), Assistant Professor of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі досліджується економічна сутність іноземних інвестицій в економіку України, які, з одного боку, сприяють розвитку національної економіки взагалі, а з іншого – є індикатором умов та стимулом для активізації підприємницької діяльності.

Ключові слова: інвестор, інвестиційне середовище, іноземні інвестиції, підприємництво, прямі іноземні інвестиції.

Abstract

The paper analyzes the economic essence of foreign investment in the Ukrainian economy, which, on the one hand, contributes to the development of the national economy in general, and on the other hand, is an indicator of conditions and an incentive for activation of entrepreneurial activity.

Keywords: investor, investment environment, foreign investment, entrepreneurship, foreign direct investment.

Вступ

Сьогодні Україна, як ніколи, потребує прямих іноземних інвестицій. Через забезпечення доступу до сучасних технологій, шляхом накопичення іноземного капіталу, інвестиції сприятимуть реформуванню національних інвестиційних ринків, що позитивно вплине на динаміку його розвитку і буде сприяти вирішенню багатьох соціальних проблем. Тому пріоритетним завданням інвестиційної політики нашої держави є стимулювання іноземної інвестиційної діяльності, що дуже тісно пов'язана з оцінкою стану розвитку інвестиційного ринку. Розвиток інвестиційного ринку сьогодні стримує те, що прямі іноземні інвестиції в країну скоротились після початку військового конфлікту і тимчасової окупації територій України. Покращення загального стану бізнес-середовища в Україні стримують політичні проблеми та загрози безпеці, пряма залежність політики і бізнесу запобігає відновленню іноземного інвестування. Щоб підвищити ймовірність залучення справжнього іноземного капіталу, необхідно усунути значні перешкоди на шляху залучення прямих іноземних інвестицій що існували задовго до початку конфлікту. Дослідженнями в сфері прямих іноземних інвестицій займався ряд економістів, таких як: Могильна Н. О., Полковниченко С. О., Аркадьєва Н. В., Сазонець І. Л., Федорова В. А., Федоренко В. Г., Батура О.В.

Метою роботи є тлумачення терміну «прямі іноземні інвестиції» та розкриті їх рольового значення як в розвитку підприємництва, так і забезпеченні прискореного економічного зростання в Україні взагалі.

Результати дослідження

З практичної точки зору відомо, що головними факторами ефективного розвитку української економіки за сучасних умов є системне залучення прямих іноземних інвестицій в підприємницький сектор. Лише на цій основі, вважають науковці і фахівці, можливе гарантоване нарощування темпів зростання конкурентоспроможності національної економіки. Тому вкрай потрібна розробка нової парадигми дальшої трансформації і розвитку економіки України на основі оновленої інвестиційної складової, яка формується з прямих іноземних інвестицій та здатна суттєво вплинути на підприємницький сектор. У зв'язку з цим стає зрозумілим, що забезпечення гарантованого економічного зростання та подолання кризи в інвестиційній діяльності можливе лише в разі переосмислення ролі прямих іноземних інвестицій. Дослідження показують, вітчизняна економіка перебуває на етапі розвитку ринкових відносин у нових геополітичних умовах, що передбачає перебудову відносин власності, принципів і методів управління народногосподарським комплексом на базі інвестиційної складової.

Життєдіяльність суспільства доводить, що в сучасних умовах розвитку Україна потребує більш активних дій до залучення прямих іноземних інвестицій.

Нагадаємо, усвідомлення керівництвом держави необхідності коригування стратегії економічного розвитку втілювалось у Посланні Президента України Верховній Раді «Європейський вибір. Концептуальні засади стратегії економічного і соціального розвитку України на 2002-2011 роки» [1, с. 65], у Програмі економічних реформ Президента України на 2010-2014 рр. «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» [2], а також набуло наукового обґрунтування в «Стратегії економічного і соціального розвитку України (2004-2012 роки). Шляхом Європейської інтеграції» [3, с. 217], в яких чітко визначено, що розвиток економіки України має відбуватися як на основі активізації інвестиційного накопичення, так і структурно-інноваційної економічної моделі. У такій ситуації велике значення мають іноземні інвестиції як додаткове не інфляційне джерело фінансування. З цього приводу цікавою є думка О. Кузенко [4], який констатує «...зважаючи на глобалізацію національних економік та значне полегшення руху інвестиційних потоків між країнами, велика кількість країн отримує користь від надходження інвестицій, які приносять не тільки капітал, але й сучасні технології та ноу-хау». На його погляд, сьогодні залучення іноземних інвестицій в економіку України ускладнюється тим, що проблему інвестування господарських комплексів доводиться вирішувати в умовах подолання наслідків світової фінансової кризи.

У загальному трактуванні прямі іноземні інвестиції (ПІІ; англ. Foreign direct investment (FDI)) представляють собою інвестицію, що викликає тривалий інтерес до підприємства, яке діє за межами економіки інвестора.

Деякі науковці розкривають характеристику дефініції «прямі іноземні інвестиції» при визначенні класифікаційного аспекту категорії «інвестиція». Так, розкриваючи інвестиційний аспект у своїй праці Г.О. Крамаренко та О.Є. Чорна [5, с. 391] звертають увагу на те, що «...стабільний і швидкий розвиток економіки України немислимий без активізації інвестиційної діяльності у всіх галузях господарювання». При цьому науковці наводять класичний варіант виокремлення іноземних інвестицій за класифікаційною ознакою «форма власності». В свою чергу, колектив вітчизняних вчених очолений професором А.М. Поддєрьогіним [6, с. 127] пропонує іноземні інвестиції розглядати з позиції місцезнаходження інвесторів. На їх погляд дефініція «іноземні інвестиції» представляє собою вкладення коштів іноземних громадян, юридичних осіб і держави в об'єкти даної країни.

Падіння прямих іноземних інвестицій після початку агресії зумовлене різким зменшенням вливань українських та російських підприємств, що проводили свої капітали через офшори. В той же час деякі іноземні компанії не побоювались військових дій. Наприклад, французька компанія Biocodex інвестує у фармацевтичний ринок, попит на якому менш волатильний. Американська Cargill та китайська Cofco інвестують в логістику сільського господарства. Французька Nexansi та японська Fujikura розпочали промислове виробництво у Львівській області, використовуючи такі переваги України як освічена та дешева робоча сила і близькість до європейських ринків. Успіх цих інвестицій може стати сигналом для інших потенційних інвесторів [7].

Інвестори звертають увагу на чимало чинників як економічного, так і політичного характеру. Згідно з опитуванням MIGA, керівники мультинаціональних корпорацій у країнах із конфліктами більше турбуються непередбачуваними та безсистемними змінами державної політики щодо їхніх інвестицій, ніж питаннями безпеки. 62% опитаних визначили «регуляторні зміни» як основний політичний ризик, тоді як лише 15% та 4% відповіли, що війна та тероризм є основними загрозами для їхніх інвестицій. В країнах, що розвиваються, найбільше інвесторів постраждало саме від втручання уряду – регуляторних змін, невиконання контрактів, обмежень на трансфер і конвертацію прибутків та активів або порушення суверенних гарантій – а не від військових дій.

Висновки

Прямі іноземні інвестиції відіграють зараз найважливішу роль у створенні інтегрованої інтернаціональної виробничої системи - виробничого ядра світової економіки.

Прямі іноземні інвестиції - це вкладення капіталу з метою придбання довгострокового економічного інтересу. За визначенням Міжнародного валютного фонду, прямі іноземні інвестиції - це така форма інвестування, коли інвестор володіє управлінським контролем над об'єктом, в який вкладено капітал. Прямими вважаються інвестиції, які охоплюють понад 10% акціонерного капіталу і дають право контролю над підприємствами.

Прямі інвестиції здійснюються у формі вкладень власного капіталу в зарубіжні промислові, торговельні та інші підприємства шляхом організації експортером капіталу виробництва на

території іншої країни. До прямих іноземним інвестиціям відноситься також реінвестування прибутку, отриманого за кордоном, у виробництво країни, де вона була отримана.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. .Європейський вибір. Концептуальні засади стратегії економічного і соціального розвитку України на 2002-2011 роки. Послання Президента України до Верховної Ради України. – К.: Інформ. – Видав. центр Держкомстату України, 2002. – 74 с.
2. Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава [Електронний ресурс]: Програма економічних реформ Президента України на 2010-2014 рр. – Режим доступу: http://www.president.gov.ua/docs/Programa_reform_FINAL_1.pdf
3. Гальчинський А.С. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2012 роки). Шляхом Європейської інтеграції / Національний інститут стратегічних досліджень, Інститут економічного прогнозування НАН України, Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004. – 416 с.
4. Кузенко О. Динаміка залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України в умовах фінансової кризи [Електронний ресурс] / О. Кузенко. – Режим доступу: <http://libfor.com/index.php?newsid=633>
5. Крамаренко Г.О. Фінансовий менеджмент: [підручник] / Г.О. Крамаренко, О.Є. Чорна. – К.: ЦНЛ, 2006. – 520 с.
6. Поддєрьогін А.М. Фінансовий менеджмент: [підручник] / А.М. Поддєрьогін, М.Д. Білик, Л.Д. Буряк та ін. – [кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А.М. Поддєрьогін]. – К: КНЕУ, 2005. – 536 с.
7. Аверчук Р. Прямі іноземні інвестиції в Україні: війна і мир / Ростислав Аверчук // [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://voxukraine.org/uk/investments-in-ukraine-ua/>

Вероніка Вячеславівна Шаповалюк – студентка групи МФК-18 мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: shapovalyuk97@gmail.com

Науковий керівник: **Василь Григорович Фурик** – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Veronika V. Shapovalyuk - Department of finance and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: shapovalyuk97@gmail.com

Supervisor: **Vasyl Gr. Furik** - Cand. Sc. (Eng), Assistant Professor of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Тезаврація прибутку як важливий напрямок самофінансування суб'єктів господарської діяльності

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі досліджено поняття тезаврації прибутку, розглянуто сутність та складові, а також проаналізовано переваги та недоліки фінансування підприємства за рахунок тезаврації прибутку

Ключові слова: тезаврація, прибуток, реінвестиції, складові, самофінансування

Abstract

In the work the concept of profane thesaurus are investigated, the essence and components are considered, as well as the advantages and disadvantages of financing of the enterprise by means of profits

Keywords: thesaurus, profit, reinvestment, components, self-financing

Вступ

В економічній літературі надзвичайно важливим є вивчення природи та сутності прибутку. На сьогоднішній день про прибуток можна сказати наступне: це кінцева мета і рушійний мотив товарного виробництва і ринкової економіки, а отже, головний стимул і основний показник ефективності будь-якого підприємства і фірми. Високі прибутки змушують капітали мігрувати з однієї галузі в іншу.

Зокрема, велику увагу тезаврації прибутку присвятили такі видатні зарубіжні та українські вчені як: В.А. Андрущенко, С.Т. Буковинський, А.О. Василик, Р.Т. Вахненко, С.В. Гейць, М.В. Глущенко, І.В. Зятковський, В.В. Суторміна, Г.І. Фалігіна, Я.В. Шмаленко, С.Т. Юрій та ін.

У цьому випадку проблема доходів і прибутку стає ще більш актуальною і приковує до себе увагу не тільки практиків, але і теоретиків. При цьому основним питанням залишається ефективне використання прибутку шляхом його тезаврації.

Метою роботи є дослідження сутності самофінансування підприємства за рахунок тезаврації прибутку.

Результати дослідження

Нерідко в економічній літературі сутність самофінансування зводиться до тезаврація прибутку підприємства теперішнього та минулих звітних періодів. Мова йде про спрямування частини чистого прибутку підприємства на розвиток операційної, інвестиційної та фінансової діяльності. Самофінансування – це фінансова стратегія управління суб'єкта підприємницької діяльності власними доходами і надходженнями у грошовій формі відповідного цільового призначення з метою акумулювання капіталу, достатнього для фінансування розширеного відтворення [1,с.135].

У світовій економічній літературі, залежно від способу відображення прибутку в звітності, зокрема в балансі, виокремлюють:

- приховане самофінансування;
- відкрите самофінансування (тезаврація прибутку).

Тезаврація прибутку — це спрямування його на формування власного капіталу підприємства з метою фінансування інвестиційної та операційної діяльності.

Величина тезаврації відповідає обсягу чистого прибутку, який залишився в розпорядженні підприємства після сплати всіх податків та нарахування дивідендів. Збільшення власного капіталу в результаті тезаврації прибутку підприємства позначається також як відкрите самофінансування.

Для визначення рівня самофінансування розраховують коефіцієнт самофінансування:

$$K_{\text{сф}} = \frac{\text{тезаврований прибуток}}{\text{чистий прибуток}} \quad (1)$$

В балансі підприємства, тезаврований прибуток відображається згідно наступних позицій: у пасиві за статтями:

- нерозподілений прибуток;
- резервний капітал;
- статутний капітал.

При тезаврації прибутку, як правило, підвищується курс корпоративних прав підприємства; в активі він може бути спрямований на фінансування будь-яких майнових об'єктів:

- оборотних і необоротних;
- короткострокових і довгострокових.

Тезаврація прибутку здійснюється з метою розширення обсягів фінансово-господарської діяльності підприємства за такими двома основними напрямками – поповнення оборотного капіталу та фінансування необоротних активів.

Щоб підприємство мало змогу здійснювати самофінансування воно має отримувати прибуток. Нижче в таблиці 1.1 наведені дані про прибутковість підприємств різних видів діяльності [2].

Фінансові результати діяльності підприємств за видами економічної діяльності за 2018 рік

Таблиця 1.1

Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток		
у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат	у % до загальної кількості підприємств
Усього	66,4	140934,2	34,9	83024
у тому числі				
сільське господарство, мисливство, лісове господарство	82,1	6888,7	17,9	2091,6
промисловість	58,7	68539,9	41,3	37409,3
будівництво	66,7	3422,2	33,3	2539,2
діяльність готелів та ресторанів	67,5	509,6	32,5	744,9
діяльність транспорту та зв'язку	57,9	15277,3	42,1	5756,2
фінансова діяльність	76,9	21595,6	23,1	2796,1
операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	64,5	5393,2	35,5	8074
освіта	77,2	74,0	22,8	15,0
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	72,4	198,8	27,6	157,8
надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту	59,6	1055,4	40,4	1421,7

Отже 66,4% є прибутковими і можуть здійснювати реінвестиції, решта 34,9% не можуть, бо є збитковими.

Висновки

Фінансування підприємства за рахунок тезаврації прибутку має як переваги, так і недоліки. До основних переваг самофінансування у вигляді тезаврації слід віднести такі:

- тезавровані кошти не потрібно повертати та сплачувати винагороду за користування ними;
- тезавровані кошти не потрібно повертати та сплачувати винагороду за користування ними;
- тезаврація прибутку при ефективному його використанні може призвести до збільшення прибутку підприємства в майбутньому.

Недоліки самофінансування (тезаврації) у тезовому вигляді можна охарактеризувати таким чином:

- недостатній контроль за внутрішнім фінансуванням знижує вимоги до ефективного використання коштів;
- іноді можлива помилковість інвестицій при неврахуванні рентабельності вкладень у підприємство.

Отже, самофінансування у вигляді тезаврації прибутку є економічною базою самостійності й самоуправління суб'єктів підприємницької діяльності. Для них воно означає: вигідне (найдешевше) вкладення капіталу, обов'язкове фінансування поточних та інвестиційних потреб за рахунок власних коштів, гарантовану можливість збільшення фінансової стійкості. Також слід врахувати що розмір тезаврованого прибутку прямо пропорційно впливає на розмір виплачених дивідендів (наприклад для акціонерного товариства). Так при збільшенні тезаврованого прибутку розмір виплати дивідендів буде менший, а при його зменшенні виплати дивідендів будуть вищі. З цього випливає, що на тезаврацію впливає дивідендна політика підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Зятковський І. Проблеми самофінансування суб'єкта підприємницької діяльності / Зятковський І. // Світ фінансів. – 2007. – № 11. – С. 135 - 139.
2. Фінансові результати діяльності підприємств за видами економічної діяльності за 2018 рік // <http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/fin>
3. Фурик В.Г. Фінанси підприємств: навч. посіб. / Фурик В.Г. – Вінниця, ВНТУ, 2008 - 136с.
4. Самофінансування промислових підприємств // <http://www.securities.org.ua>
5. Єпіфанова І. Ю. Фінансовий аналіз та звітність : практикум / І. Ю. Єпіфанова, В. В. Джеджула. – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 143 с.

Валерія Андріївна Богданова – студентка групи МФК-18мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: valeribogdanova97@gmail.com

Науковий керівник: **Василь Григорович Фурик** – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Valeriia A. Bohdanova- Department of finance and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: valeribogdanova97@gmail.com

Supervisor: **Vasyl H. Furik** - Cand. Sc. (Eng), Assistant Professor of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглянуто наукові основи організації процесу управління грошовими потоками підприємства досліджено його принципи та етапи.

Ключові слова: грошові потоки, рух грошових коштів, позитивний грошовий потік, негативний грошовий потік

Abstract

The article deals with the scientific fundamentals of the organization of the cash flow management process of the enterprise, its principles and stages have been investigated.

Key words: cash flows, cash flow, positive cash flow, negative cash flow

Вступ

Питанню управління грошовими потоками підприємств в сучасних умовах розвитку економіки, приділяється значна увага, тому що сьогодні суб'єктам господарювання доводиться самостійно знаходити джерела формування своїх фінансових ресурсів, забезпечувати ефективність їх використання з метою отримання максимального фінансового результату.

Велику увагу до управління грошовими потоками обумовлено необхідністю ефективного управління оборотним капіталом оцінки короткострокових потреб у наявних грошах та управління запасами планування часових параметрів капітальних витрат управління капітальними потребами фінансування за рахунок власних коштів або кредитів банку управління витратами та їхньою оптимізацією для більш раціонального розподілу ресурсів підприємства у процесі виробництва та управління економічним зростанням.

На фінансовій рівновазі та водночас на забезпеченні максимізації основного цільового показника, базується економічне зростання підприємства.

Тому дослідження цього питання, є досить актуальним.

Метою роботи є узагальнення теоретичних аспектів управління грошовими потоками підприємства.

Виклад основних результатів досліджень

Управління грошовими потоками — одна з найголовніших функцій фінансового менеджменту підприємства. Для ефективного управління фінансами менеджери повинні розуміти функціональні особливості бізнесу компанії. Непрофесійне управління грошовими потоками може призвести до появи непередбачених збитків, або до втрати альтернативних можливостей.

Грошовий потік по підприємству в цілому-це найбільш агрегований вид грошового потоку, що акумулює усі види грошових потоків, що обслуговують господарський процес підприємства в цілому.

Управління грошовими потоками передбачає цілеспрямований вплив на процеси акумуляції грошових коштів, їх витрачання та перерозподіл з метою збалансування фінансово-господарської діяльності підприємства.

Поняття грошовий потік підприємства є агрегованим тобто таким що містить у собі різноманітні види цих потоків які обслуговують господарську діяльність а саме грошовий потік від операційної фінансової та інвестиційної діяльності.

Грошові потоки, які формуються на підприємстві у процесі його господарської діяльності, є важливим, самостійним об'єктом управління.[1,с.150]

Управління грошовими потоками - один із найважливіших сегментів фінансової роботи на підприємстві, від ефективності організації якого залежать як поточні результати діяльності, так і майбутні темпи розвитку господарюючого суб'єкта.[2,с.237]

Основною метою управління грошовими потоками є забезпечення фінансової рівноваги підприємства у процесі його розвитку шляхом збалансування обсягів надходжень і витрат грошових коштів та синхронізація їх в часі.

Однією з основних складових загальної системи управління фінансово-господарською діяльністю підприємства є підсистема управління його грошовими потоками. Для підприємства, яке працює в ринкових умовах, головним є безперервний рух грошових коштів, який може забезпечити функціонування основної діяльності, оплату зобов'язань та здійснення соціального захисту працівників [1,с.152]. Аналіз руху грошових потоків дозволяє вивчити їх динаміку, визначити суму перевищення надходжень над платежами та зробити висновок про можливість внутрішнього фінансування.

Разом з тим, грошові потоки підприємства у всіх їхніх формах і видах, а відповідно і сукупний його грошовий потік, безсумнівно є найважливішим самостійним об'єктом фінансового менеджменту, що вимагає поглиблення теоретичних основ і розширення практичних рекомендацій. Це визначається тією роллю, що її управління грошовими потоками відіграє у розвитку підприємства і формуванні кінцевих результатів його фінансової діяльності.

Значення та роль грошових потоків для діяльності підприємства зумовлює необхідність підвищення ефективності процесу управління ними.

Управління грошовими потоками являє собою систему принципів і методів розробки та реалізації управлінських рішень, пов'язаних із формуванням, розподілом і використанням коштів і організацією їх обігу, спрямованих на забезпечення фінансової рівноваги підприємства та його сталого зростання

Будь-який процес управління базується на визначених принципах. Не є виключенням і процес управління грошовими потоками, адже він є складовою частиною загальної системи управління господарською діяльністю підприємства.

Під аналізом грошових потоків підприємства розуміють процес дослідження системи показників, їх формування на підприємстві, виявлення основних тенденцій та закономірностей з метою з'ясування резервів подальшого підвищення ефективності управління ними[3,с.95].

Показники аналізу грошових потоків забезпечують підтримку фінансової рівноваги підприємства та надають інформацію для оцінки фінансових рішень[4,с16-17]

Оптимізація грошових потоків надає змогу підтримувати фінансову рівновагу, яка досягається за умови, якщо попит підприємства на грошові кошти дорівнює його пропозиції (наявним грошовим коштам, кожний період[5,с.94]

Важливою умовою оптимізації грошових потоків є вивчення факторів, які впливають на їх обсяг і характер формування у часі. Внутрішніми факторами, які впливають на грошовий оборот підприємства, є: висока собівартість продукції, низька конкурентоздатність, відсутність ринків збуту, брак джерел довготермінового фінансування капіталовкладень тощо. До зовнішніх факторів можна віднести загальну проблему неплатежів, низький рівень виробництва та купівельної спроможності, несприятливі умови кредитування, недосконалість податкової політики.

Оптимальне управління грошовими потоками може здійснюватися згідно двох основних підходів-збалансування надходжень і витрат та формування критичного мінімуму залишків грошових коштів підприємства.

Перший підхід передбачає оптимізацію вхідних і вихідних потоків з метою досягнення фінансової рівноваги та стійкої платоспроможності.

Другий підхід пропонує управління залишками грошових коштів та ґрунтується, на нормуванні критичного залишку, що забезпечить стійку платоспроможність.

Фактори – це елементи, причини й умови, які можуть розглядатися як рушійні сили економічних явищ, що відбуваються, і процесів, чия дія, врешті-решт, знаходить віддзеркалення в рівнях, темпах зростання, абсолютних величинах конкретних показників або цілої групи економічних ознак [6, с. 299].

Так Берстайн відмічає, що фактори слугують причиною перетворення грошових коштів у активи та витрати [7, с. 424].

Чинники, що впливають на зміну грошового потоку, можуть класифікуватися за різними ознаками, але основною класифікаційною ознакою можна вважати поділ усіх чинників на внутрішні і зовнішні. І.А. Бланка виділяє по сім зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на формування грошових потоків.

До зовнішніх факторів він відносить:

- кон'юнктуру товарного ринку;
- кон'юнктуру фінансового ринку;
- систему оподаткування підприємств;
- сформовану практику кредитування постачальників і покупців продукції (правила ділового обороту);
- систему здійснення розрахункових операцій господарюючих суб'єктів; – доступність фінансового кредиту;
- можливість залучення коштів безоплатного цільового фінансування [8, с. 79].

Серед внутрішніх чинників варто виділити [9, с. 79; 10, с. 21; 11]:

- стадію життєвого циклу, на якій знаходиться підприємство;
- тривалість операційного та виробничого циклів;
- сезонність виробництва та реалізації продукції;
- амортизаційну політику підприємства;
- невідкладність інвестиційних програм;
- коефіцієнт операційного левериджу;
- фінансовий менталітет власників і менеджерів підприємства.

Висновки

Отже, раціональність управління грошовими потоками визначається синхронізацією надходжень та виплат, підтримкою постійної платоспроможності підприємства та раціональним використанням фінансових ресурсів, які формуються із зовнішніх і внутрішніх джерел.

Визначення сутності поняття «грошовий потік» показало, що поняття грошового потоку досить широке і охоплює всі види діяльності підприємств, адже будь-яка операція неодмінно супроводжується рухом коштів.

Узагальнено теоретичні основи управління грошовими потоками підприємства: визначено фактори, які впливають на управління грошовими потоками, визначено особливості аналізу управління грошовими потоками.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Циган Р. М. Удосконалення класифікації грошових потоків з урахуванням сучасних умов господарювання/ Р. М. Циган// Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №4(106). – С.150-155
2. Фінанси в трансформаційній економіці України:[навч. посібник] / [за ред. М. І. Крупки].- Львів: Видав.центр ЛНУ ім. І.Франка, 2007.-614 с.
3. Лігоненко Л. О. Управління грошовими потоками: навчальний посібник/ Л. О. Лігоненко, Г. В. Ситник -К.:КНТЕУ,2005.-255 с.
4. Деменіна О. М. Управління грошовими потоками в межах концепції фінансової рівноваги підприємства / О. М. Деменіна // Актуальні проблеми економіки. – 2004. №7. – С.14-18
5. Янковий О.Г. Фактори формування прибутку підприємств / Янковий О.Г., Кошельок Г.В. // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. статей. / Ред. Зверяков М.І. та ін. Вип. 43. – Одеса: ОДЕУ. – 2011. – С. 298- 305.
6. Бернштейн Л.А. Анализ финансовой отчетности: теория, практика и интерпретация: Пер. с англ. / Науч. ред. перевода чл.-корр. РАН И.И. Елесева. Гл. редактор серии проф. Я.В. Соколов. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 624 с.
7. Бланк И.А. Управление финансовой стабилизацией предприятия / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2003. – 496 с.
8. Єпіфанова І. Ю. Фінансовий аналіз та звітність : практикум / І. Ю. Єпіфанова, В. В. Джеджула. – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 143 с.
9. Кузнецова И.Д. Управление денежными потоками / И.Д. Кузнецова. – Иваново ИГХТУ, 2008. – 193с.

Головань Руслан Васильович - студент групи МОФ-156, факультет менеджменту та інформаційної безпеки. Вінницький національний технічний університет, м.Вінниця, e-mail: fm.2mo15@gmail.com

Науковий керівник: **Ірина Юріївна Єпіфанова** – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Ruslan V. Holovan – Department of finance and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: fm.2mo15@gmail.com

Supervisor: **Iryna Yu. Yepifanova** - Cand. Sc. (Econ), Assistant Professor of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

¹ Вінницький національний технічний університет**Анотація**

Охарактеризовано систему управління кадровим потенціалом в загальному на певному підприємстві. Розглянуті типи кадрової політики. Розглянуті методи, які розвивають потенціал конкретних підприємств.

Ключові слова: кадровий потенціал, кадрова політика, кадри, управління персоналом

Abstract

The system of personnel potential management in general in a certain enterprise is described. The types of personnel policy are considered. Considered methods that develop the potential of specific enterprises.

Keywords: personnel potential, personnel policy, personnel, personnel management

Вступ

Для успішного функціонування будь-якого виробництва і будь-якої компанії, незалежно від послуг, які вона надає, і товарів, які вона виробляє, необхідні ефективно працюючі і кваліфіковані кадри, грамотні і здатні керувати виробничим процесом управління. Об'єктом тут виступають такі сторони виробничо-господарської діяльності, як формування і використання складу працюючих, їхнє розміщення в процесі виробництва, регулювання та використання живої праці і рух кадрів з метою забезпечення максимальної сприйнятливості колективу до вимог науково-технічного прогресу, удосконалювання якісного складу трудового потенціалу, матеріальна і моральна зацікавленість, а також адміністративні методи впливу на трудовий потенціал.

Тема даної роботи є особливо актуальною в сучасних умовах розвитку українського суспільства в цілому і кожного господарюючого суб'єкта зокрема.

Питанням формування кадрового потенціалу багато уваги приділяється у наукових працях вітчизняних вчених та науковців. Зокрема широке висвітлення сутності до визначення поняття «кадровий потенціал» знайшло відображення у працях українських учених таких, як Іваницька С. Б. Щокін Г.В. та інші.

Метою написання даної роботи є визначення ролі та місця кадрового потенціалу підприємства у формуванні стратегії його розвитку.

Основна частина

Одним з ключових факторів підвищення ефективності діяльності підприємства є ставлення до кадрів підприємства. Щоб мати висококваліфікованих фахівців, що становлять ядро підприємства, створити у них стимул до ефективної роботи, керівники вимушені використовувати систему управління кадровим потенціалом.

Кадровий потенціал – це трудові можливості підприємства, здатність персоналу до генерування ідей, створення нової продукції, його освітній, кваліфікаційний рівень, психофізіологічні характеристики і мотиваційний потенціал. В загальному плані сутність кадрового потенціалу відображає якісну і кількісну характеристики трудового потенціалу постійних, перш за все кваліфікованих працівників підприємства. Кадровий потенціал може розглядатися і у вузькому сенсі як тимчасові вільні або резервні трудові місця, які потенційно можуть бути зайняті фахівцями в результаті їх розвитку і навчання. Управління кадровим потенціалом повинне сприяти впорядкуванню, збереженню якісної специфіки, вдосконаленню і розвитку персоналу. [1]

Кадри - це штатний склад працівників підприємств, установ, організацій і поділяються на дві великі групи: кадри управління (службовці) і робочі кадри.

До робітників належать працівники, які безпосередньо зайняті створенням матеріальних цінностей або роботами по наданню різноманітних виробничих послуг і переміщенням вантажів. Робочих умовно підрозділяють на основних і допоміжних, співвідношення яких є важливим аналітичним показ-

ником ефективності виробництва, оскільки в міру механізації та автоматизації виробничих процесів роль останніх помітно зростає. До кадрів управління відносяться працівники, які виконують або сприяють виконанню конкретних управлінських функцій. [2]

Управління кадрами являє собою комплексну систему, елементами якої є основні напрямки, етапи, принципи, види і форми кадрової роботи.

Кадрова політика — це система роботи з персоналом, яка об'єднує різні форми діяльності та має на меті створення згуртованого й відповідального високопродуктивного колективу для реалізації можливостей підприємства адекватно реагувати на зміни в зовнішньому і внутрішньому середовищах. Відоме поняття кадрової політики в широкому і вузькому розумінні. В широкому розумінні — це система усвідомлених та обґрунтованих правил і норм, які приводять людські ресурси у відповідність зі стратегією фірми. У вузькому розумінні — сукупність конкретних правил і побажань у взаємовідносинах працівників і організацій. [3]

Вирізняють такі типи кадрової політики: пасивна, реактивна, превентивна, активна.

У разі пасивної кадрової політики керівництво не має чіткої програми дій стосовно персоналу. Кадрова політика зводиться до ліквідації негативних наслідків. Відсутні прогноз кадрової потреби в способах оцінки праці та персоналу й діагностика кадрової ситуації в цілому.

За реактивної політики — кадрові служби мають засоби діагностики наявної ситуації, здійснюють контроль за ознаками негативного стану в роботі з персоналом і причинами розвитку можливої кризи.

Для превентивної політики характерно, що кадрова служба має як засоби діагностики, так і засоби прогнозування кадрової ситуації. У програмі розвитку підприємств наявні короткострокові і довгострокові прогнози потреби в кадрах, а також сформульовані завдання з розвитку персоналу. Недолік полягає в тому, що керівництво не володіє засобами впливу на кадрову ситуацію.

Активна кадрова політика ґрунтується на тому, що керівництво має не лише прогноз, а й засоби впливу на ситуацію. [4]

Загальна організаційна структура управління персоналом зображена на рисунку 1.

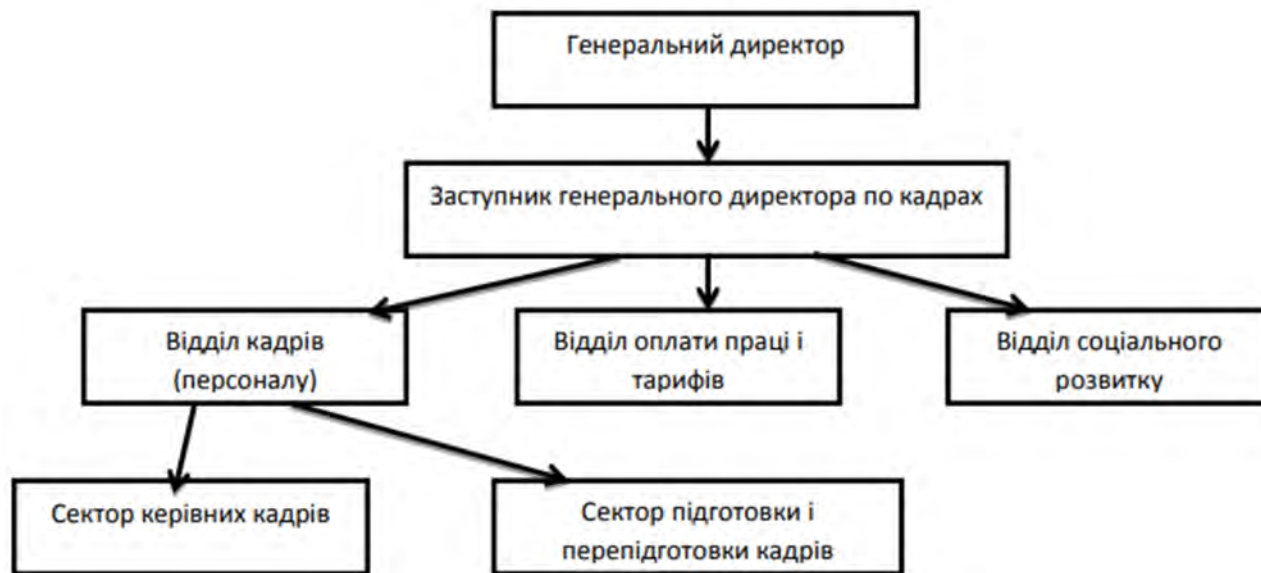


Рисунок 1 – Організаційна структура управління персоналом

Основними напрямками роботи сектору керівних кадрів є наступні: [5]

- планування розвитку кадрів,
- облік, аналіз, статистика, інформація про кадри;
- підбір, розстановка керівних кадрів;
- планування і формування резерву кадрів;

- оформлення приймання, звільнення переміщення контрактів;
- оформлення пенсій і нагород; розробка мотиваційних програм для працівників.

Сектор підготовки і перепідготовки кадрів виконує роботу, яка полягає у підготовці резерву працівників, складанні програм навчання, підготовці та перепідготовці кадрів. Підбір персоналу, необхідної кваліфікації, є початковим етапом в процесі підбору та використання кадрів, та здійснюється як показано на рисунку 2.

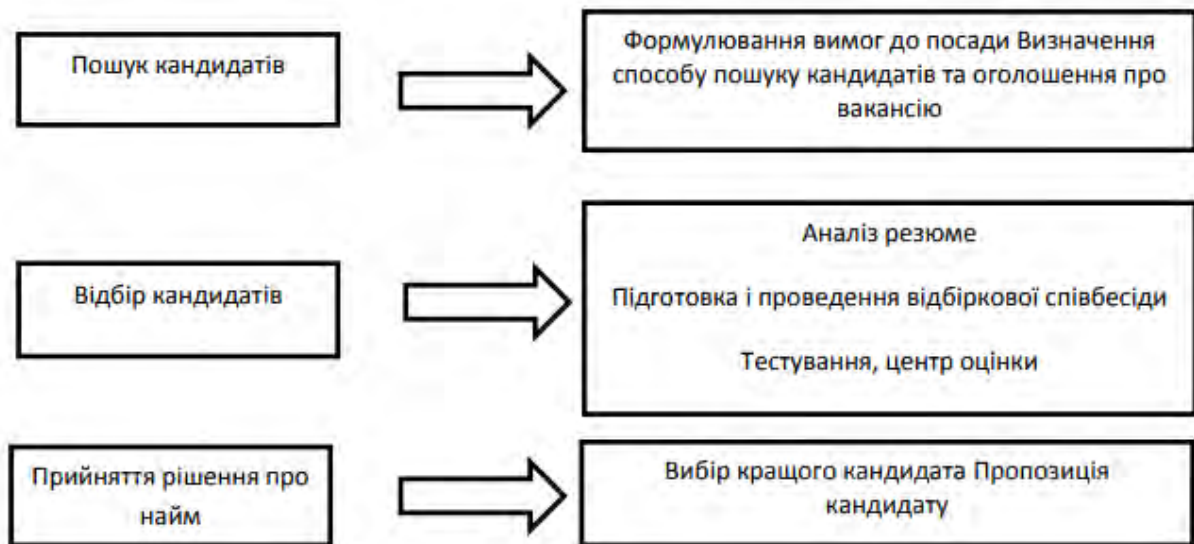


Рисунок 2 – Підбір персоналу

Існують різні методи, які розвивають потенціал конкретних підприємств. Ними є адаптація, навчання та підвищення кваліфікації, оцінювання діяльності, профорієнтація, просування по службі.

Для збереження «кадрового ядра» використовують такі методи як цілеспрямоване набуття досвіду, передача частини повноважень, ротація робочих місць тощо.

Що стосується відділу оплати праці і тарифів, то до їх функцій належать наступні:

- розробка галузевих нормативів;
- політика соціальних гарантій;
- розробка колективних договорів і угод;
- координація тарифів і зарплати.

Обов'язками відділу соціального розвитку є розробка і координація соціальних програм, надання соціальних послуг, а також робота з профспілками. Загалом, можна сказати, що розробка системи мотивації належить до компетенції сектору керівних кадрів. [6]

Висновки

Кваліфіковані кадри є основою розвитку підприємства та конкурентоспроможності на ринку, отже управління кадрами є надзвичайно важливим елементом менеджменту будь-якого підприємства.

Для того, щоб ефективно управляти кадровим потенціалом, підприємству необхідно обрати кадрову політику. Найбільш ефективною буде активна кадрова політика, яка ґрунтується на тому, що керівництво має не лише прогноз, а й засоби впливу на ситуацію.

Організаційна структура управління персоналом в ідеалі повинна включати відділ кадрів, відділ оплати праці і тарифів і відділ соціального розвитку, кожен з яких має виконувати свої функції.

Необхідно застосовувати методи, які розвивають кадровий потенціал та зберігати існуючий, адже знайти нових кваліфікованих працівників досить важко. Для збереження кадрового потенціалу та підвищення його ефективності необхідно застосовувати мотивацію персоналу.

В такому випадку можна найбільш ефективно управляти кадровим потенціалом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Іваницька С. Б. Кадровий потенціал підприємства: фактори формування та використання [Електронний ресурс] / С. Б. Іваницька, Н. В. Анісова, А. О. Петрова // ДКС-центр. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2405>.
2. Кадровий потенціал як економічна категорія та підходи до його формування [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.managerhelp.org/hoks-292-1.html>.
3. Менеджмент організацій: Підручник [Електронний ресурс] / За заг. ред. Л. І. Федулової. - К.: Либідь, 2004. – Режим доступу до ресурсу: https://pidruchniki.com/19991130/menedzhment/menedzhment_organizatsiy
4. Щокін Г.В. Основи кадрового менеджменту. Підручник. [Електронний ресурс] / - К: МАУП – 2004. – Режим доступу до ресурсу: <https://library.if.ua/books/147.html>
5. Кравченко О. О. Роль кадрової політики на підприємстві / О. О. Кравченко. // Економіка і суспільство. – 2016. – №3. – С. 355–359.
6. Федоренко В. Г. Основи менеджменту. Підручник [Електронний ресурс] / В. Г. Федоренко // Алерта – Режим доступу до ресурсу: https://pidruchniki.com/1410072650947/menedzhment/osnovi_menedzhmentu.

Панкова Валерія Денисівна— студентка групи МФК-16б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, valeripankova@gmail.com

Науковий керівник: **Фурик Василь Григорович**— к.е.н., доцент, викладач кафедри Фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Pankova Valeriia D. - student of the MFK-16b group, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Supervisor: **Furyk Vasyl G.** - Candidate of Economics, associate professor, lecturer of the Department of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsya

СТРАТЕГІЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФІРМИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Охарактеризовано сутність стратегії рекламної діяльності фірми та маркетингові заходи, які проводить підприємство для просування своєї продукції, товарів та послуг.

Ключові слова: рекламна діяльність фірми, реклама, маркетинг.

Abstract

The strategy of advertising agency and marketing, the invents that company organized the for the promotion of its products, goods and services are characterized.

Key words: advertising, marketing, advertising.

Вступ

Реклама є одним з найвагоміших видів діяльності, за допомогою якого фірма передає інформацію, переконуючу споживача в доцільності придбання її товару, роботи чи послуги. У великих фірмах, де є штатні фахівці маркетологи або у фірми забезпечена підтримка рекламного агентства, здійснюються масштабні рекламні програми. Рекламодавці щорічно витрачають великі кошти заради просування своїх товарів, робіт, послуг та виведення на ринок новинок.

Рекламна діяльність – це особлива, вибаглива наука, де є свої правила і закони. Ця наука використовує пізнання економіки, психології, соціології і дослідження ринку для вирішення фінансово-економічних проблем фірми.

Рекламну діяльність фірми досліджували науковці У. Уеллс, Дж. Бернет, С. Моріарті, Р. Батра, Дж. Р. Россітер, І.Я. Рожков, Ф.Г. Панкратов, Т.К. Серьогіна, В.П. Коломієць, Т.І. Лук'янець, Е.В. Ромат, Т.О. Примак та інші. Однак в Україні питання рекламної діяльності ще не отримали достатнього висвітлення, як і не знайшов досконалого застосування маркетинговий підхід щодо аналізу ринку рекламної діяльності. [1-5]

Мета даного дослідження полягає виявленні основних принципів стратегії рекламної діяльності фірми.

Основна частина

Більшість вчених визначають маркетинг як вид діяльності людини, який спрямований на задоволення виникаючих потреб і потреб за допомогою обміну. І хоча відносини обміну виникли практично одночасно з виникненням людства, становлення маркетингу як окремої науки стало відбуватися тільки після «великої депресії», що панувала на заході в 1923-1933 роках. Є й інші думки з цього приводу.

Пітер Друкер вважав, що батьківщиною маркетингу стала Японія. У 1690 році в Токіо оселився засновник в майбутньому знаменитого роду Міцуї, і відкрив перший універсальний магазин. У цьому магазині пан Міцуї проводив торговельну політику, яка випереджала свій час приблизно на 250 років. Вперше в історії торгівлі господар напрацьовував стратегію рекламної діяльності свого магазину: орієнтувався на своїх покупців, закупаючи тільки те, що було затребуване, надаючи систему гарантій за якість товару, постійно розширюючи асортимент товару [1].

Рекламна діяльність фірми являє собою комплекс організаційних і технічних рекламних заходів, спрямованих на створення й підтримку необхідного рівня продажів, реагування на зміну ринкової кон'юнктури, вживання необхідних заходів для нейтралізації діяльності конкурентів, забезпечення позитивного іміджу фірми та її торговельної марки. Рекламна діяльність – це складний, багаторівневий процес, що потребує значних витрат фінансових, матеріальних та інтелектуальних ресурсів, оскільки реклама – є важливою складовою бізнесу.

Мета рекламної діяльності визначається загальною стратегією маркетингу і комунікації фірми у ринковому середовищі.

Загальна мета фірми поділяється на окремі цільові спрямування: цілі у сфері збуту (отримання приросту обсягів продажу) та цілі комунікативного зв'язку (передавання ідей, формування іміджу, зміна споживацьких навиків, переваг тощо). Реклама у сфері збуту направлена, як правило, на переконання, повідомлення про суб'єкта рекламування.

Залежно від об'єктів рекламування розрізняють рекламу продукції (послуг, ідей) та рекламу організацій. Кожна із цих видів реклами переслідує свої цілі.

Професійна реклама має три завдання [7]:

- 1) переконати фахівців-професіоналів в необхідності придбання інструменту, обладнання або матеріалів конкретної марки для використання у своїй роботі;
- 2) спонукати фахівців-професіоналів рекомендувати своїм пацієнтам або клієнтам застосування конкретного виробу або послуги;
- 3) переконати людину саму застосовувати рекламовані вироби.

Цілі реклами визначають специфіку підходів до розробки рекламної стратегії фірми. Використовують різноманітні види розповсюдження реклами, але єдиної загальноприйнятої методики класифікації не існує. Це дуже часто перешкоджає здійснити вибір оптимального інструменту у процесі розробки рекламної стратегії фірми. [6]

Класифікацію рекламної діяльності, яка виділяє наступні види реклами [7]:

- торгова реклама (реклама товарів, послуг);
- політична реклама (агітація за кандидатів на виборах, демонстрації, мітинги);
- наукова реклама (реклама просвітницького спрямування, наукова популяризація в листівках, плакатах);
- релігійна реклама (релігійні плакати, запрошення до ритуальних акцій);
- юридична реклама (повідомлення про зниклих, пошуки злочинців, запрошення на судові процеси);
- сімейна реклама (шлюбні оголошення, запрошення до знайомства).

В ході розробки рекламної стратегії фірми складають бізнес-план рекламної кампанії - це комплекс рекламних заходів, розрахованих на визначений час, на визначений сегмент ринку із застосуванням необхідних засобів масової інформації і специфічних (відібраних) видів реклами. [2]

У фірмах рекламною діяльністю займаються відділи реклами та окремі спеціалісти з реклами. Дуже часто фірми функцію рекламування товарів і послуг надають рекламним агентствам, які виконують наступні завдання або послуги [2]:

- поліграфічні роботи;
- пряма поштова передача реклами;
- виготовлення кіно- та відеопродукції (ролики);
- розміщення реклами на телебаченні і радіо;
- розміщення реклами у газетах і журналах;
- рекламування через зовнішній канат (транспорт, плакати);
- фотопослуги;
- дизайн та оздоблення інтер'єрів;

- розробка фірмового стилю;
- виготовлення аудіо продукції;
- розміщення реклами у комп'ютерних програмах;
- організація презентацій, виставок і ярмарків;
- розробка програм та проведення рекламної кампанії.

Використання різних видів реклами пов'язують з різними ситуаціями життєвого циклу рекламованого продукту. Так, інформативна реклама швидше за все застосовується на стадіях впровадження і росту. Реклама-переконання - на стадіях насичення ринку, коли загострюється конкурентна боротьба. Нагадує реклама також використовується на стадії зрілості, а порівняльна - на стадії росту і зрілості.

Планування рекламної діяльності фірми – це досить тривалий і трудомісний процес, що входить в складний комплекс робіт для проведення рекламної кампанії фірми, структура якої показана на рисунку 1.

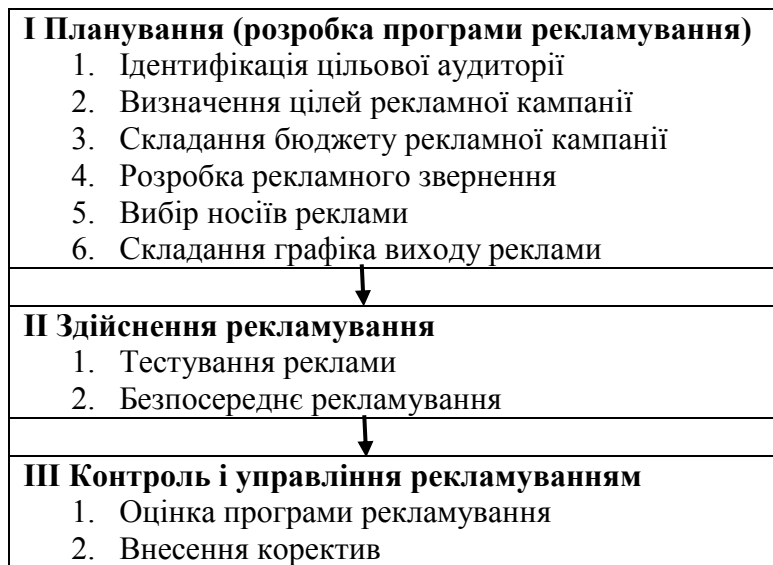


Рисунок 1 - Планування рекламної діяльності фірми

З рисунка видно, що планування рекламної діяльності здійснюється в декілька етапів. На етапі 1. Здійснюється ідентифікація цільової аудиторії. Цільова аудиторія - це група споживачів, на яку спрямоване просування (реклама, особистий продаж, стимулювання збуту, пропаганда). Від правильного визначення цільової аудиторії залежить як стратегія, так і ефективність просування.

Етап 2 передбачає визначення цілей рекламної кампанії, яка може полягати у формуванні імені, престижу фірми, для того, щоб згодом зайняти міцне положення на ринку або метою може бути просто збут товару. Іншими словами цілі можуть бути економічними і неекономічними, реклама може носити чисто економічний чи неекономічний характер.

На 3 етапі здійснюється складання бюджету рекламної кампанії

Досить важливим є етап, на якому здійснюється розробка рекламного звернення

Мета кожної реклами – заставити споживача думати так, а не інакше, в своє чергу люди відкликаються на рекламу, тільки повірив, що вони від цього виграють. Тому розробка ефективного звернення починається з виділення переваг, які отримує споживач. Твердження, на яких будується звернення повинні бути простими і доступними, підкреслювати переваги та відмінності позиціонування товару на ринку. Це означає, що рекламодавець повинен розробити цікаву творчу концепцію, яка втілює в життя ідею звернення так, щоб воно запам'ятовувалось. Це може бути образ, фраза (слоган) або їх комбінація.

Основною задачею фахівців рекламної служби на етапі вибору носіїв реклами є формування комплексу рекламних заходів, що забезпечать максимальне охоплення представників групи цільового впливу при найменших (точніше оптимальних) матеріальних витратах.

Заключним етапом є складання графіка виходу реклами, який передбачає відповідь на такі питання: коли і з якою частотою розміщати рекламу?

Рекламодавцю варто визначити, яке число споживачів у рамках цільової аудиторії має познайомитися з його рекламною кампанією за конкретний відрізок часу. Рекламодавцю варто вирішити також, коли і скільки разів за конкретний відрізок часу повинний зустрітися з його рекламним оголошенням середній представник цільової аудиторії.

Далі здійснюємо вищенаведене рекламування, контролюємо і надалі управляємо рекламною діяльністю фірми [4].

Використання маркетингу для цілей підвищення ефективності управління підприємством і його конкурентоспроможності можливе за умови правильної організації маркетингової діяльності. Відправною точкою в цьому процесі виступають маркетингова стратегія і маркетингова політика підприємства, для обґрунтованого формування яких необхідно враховувати умови функціонування суб'єкта господарювання, а також найбільш впливові передумови і фактори.

Маркетингова стратегія забезпечує швидке реагування системи управління підприємством на зміни ринкового середовища, що є особливо важливим за умов посилення конкуренції на внутрішньому і зовнішньому ринках. В таких умовах

швидких змін маркетингова стратегія визначає не конкретні, а загальні напрями, за якими підприємство повинно розвивати свою діяльність.

До основних напрямів можна віднести: темпи зростання обсягів реалізації продукції, послуг та прибутку підприємства; масштаби запровадження досягнень науково-технічного прогресу в маркетингову діяльність; вибір нових сегментів ринку для розширення сфери впливу; визначення груп споживачів для подальших орієнтирів виробництва продукції і ціноутворення; формування за допомогою рекламної стратегії інструментів і методів впливу на споживачів та створення іміджу фірми.

Маркетингова стратегія повинна забезпечити взаємозв'язок між стратегічними цілями підприємства і поточними завданнями, а маркетингова політика покликана формалізувати процедуру досягнення визначених цілей на довгостроковий період та залучити достатній обсяг всіх видів ресурсів для виконання завдань як поточного, так і довгострокового характеру [3].

Висновки

Отже, в процесі рекламної діяльності фірма може застосовувати рекламу для досягнення багатьох цілей як економічного, так і неекономічного характеру. Для цього розробляється програма рекламування, яка складається з 6 етапів. Стратегія рекламної кампанії фірми є складовою комплексу планування і включає в себе розробку текстової частини реклами та вибір носіїв реклами. Після того як реклама готова, складається графік рекламування. Саме від вибору правильної рекламної стратегії залежить успіх рекламної кампанії, а значить його майбутні прибутки. Основні принципи стратегії рекламної діяльності фірми виявленні, а це означає, що мета даного дослідження була досягнута.

Список використаної літератури

1. Тематичний портал «Маркетинг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://marketing.web-3.ru/definitions/history/>

2. Мороз Л. А. Маркетинг / Мороз Л. А. – Львів:”Світ”, 1999. – 330 С.
3. Божкова В.В. Стратегічні аспекти комунікаційної політики в інноваційній діяльності промислових підприємств: монографія / В.В. Божкова – Суми: ТОВ «ТД «Папірус», 2011. – 362 С.
4. Гаркавенко С. С. Маркетинг: Підручник / Гаркавенко С. С. - Київ: Лібра, 2002 – 662 С.
5. Кредмов А. И. Маркетинг/ Кредмов А. И. – Київ: “Вища школа”, 1994 – 109, 250-260 с.
6. Шумкова О. В. Особливості аналізу маркетингу мікс / О. В. Шумкова // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія : Економіка і менеджмент. - 2012. - Вип. 8. - С. 130-135.
7. Добровольська В.А. Реклама як вид підприємницької діяльності/ Добровольська В.А. //Молодий вчений. - 2017. - № 1. - С. 579-581.
8. Єпіфанова І. Ю. Інноваційний маркетинг в діяльності підприємств [Текст] / І. Ю. Єпіфанова, Д. О. Гладка // Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємства : тези І Міжнародної науково-практичної конференції, 8-9 листопада 2018 р. – Житомир, 2018. – С. 80-84.

Рибаченко Таїсія Сергіївна – студентка групи МФК 16б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, fm.2mo.rubachenko@gmail.com

Науковий керівник: **Єпіфанова Ірина Юріївна** — доцент, викладач кафедри Фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Tayisiya S. Rubachenko - student of the MFK-16b group, Faculty of Management and Information Security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa

Supervisor: **Iryna Yu. Yepifanova** - associate professor, lecturer of the Department of Finance and Innovation, Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa

КРЕДИТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Охарактеризовано поняття кредитоспроможності, проаналізовано показники, які характеризують кредитоспроможність.

Ключові слова: кредитоспроможність, платоспроможність, позичальник, аналіз кредитоспроможності.

Abstract

The concept of creditworthiness is characterized, indicators are analyzed that characterize creditworthiness.

Keywords: creditworthiness, solvency, borrower, credit analysis.

Вступ

В сучасних умовах кредит є одним із основних джерел швидкого прискорення продуктивності підприємства. В таких умовах необхідно мати чітке уявлення про аспекти надання кредиту як із сторони позичальника так із сторони кредитора, потребуються знання про оцінювання кредитоспроможності позичальника, при цьому сам позичальник має дослідити сферу використання кредиту, її ризики і подальший прибуток, для дотримання виплати кредитору.

Основними дослідниками кредитоспроможності є такі науковці як Данілов О., Вовк В., Хмеленко О., Вовчак О., Соколова А., Примостка Л., Васюренко О., Галасюк В..

Метою дослідження є узагальнення теоретичних основ кредитоспроможності підприємства.

Основна частина

Кредитування є процесом, пов'язаним з багатьма чинниками ризику, які здатні спричинити непогашення позики в обумовлений термін. Зміни в внутрішній діяльності підприємства позичальника може відобразитися на погашенні боргу. При цьому і сам комерційний банк, надаючи позики, повинен вивчати чинники, які можуть спричинити за собою їх непогашення. Це вивчення називається аналізом кредитоспроможності. Основна мета такого аналізу це визначення здатності і готовності позичальником повернення запрошеної позики. Банк повинен визначити ступінь ризику, який він готовий узяти на себе, і розмір кредиту, який може бути наданий при певних обставинах. Наприклад, банки в розвинених капіталістичних країнах застосовують складну систему великої кількості показників для оцінки кредитоспроможності клієнтів.

Кредитоспроможність позичальника -- це здатність юридичної або фізичної особи повністю та у строк розрахуватися зі своїми борговими зобов'язаннями. Вона не фіксує неплатежі за минулий період або на якусь конкретну дату, а прогнозує його платоспроможність на найближчу перспективу [1].

Згідно з Національним банком України, кредитоспроможність – це наявність у позичальника (контрагента банку) передумов для проведення кредитної операції і його спроможність повернути борг у повному обсязі та в обумовлені договором строки [8].

Ще одне, більш змістовне, є визначення М.О. Сахарової, яка вважає що кредитоспроможність клієнтів банків є “таким фінансово-господарським станом підприємства або організації, який дає упевненість в ефективності використання позикових засобів, здатності й готовності позичальника повернути кредит відповідно до умов кредитного договору” [7].

Деякі автори визначають категорію “кредитоспроможність” як “правове і господарське положення позичальника, що реально склалося, і, виходячи з оцінки якого банк ухвалює рішення про початок (розвитку) або припинення кредитних відносин з позичальником” [9].

До укладання кредитного договору банк повинен ретельно проаналізувати кредитоспроможність позичальника, вивчити фактори, які можуть спричинити непогашення позики. Можливість повернення основної суми боргу є одним з головних принципів, який завжди повинен бути дотриманий при проведенні банком кредитних операцій.

Аналіз кредитоспроможності та фінансового стану позичальника проводиться банком на підставі:

- 1) документів та матеріалів, отриманих безпосередньо від клієнта;
- 2) документів та матеріалів про клієнта у базах даних банку;
- 3) інформації з оточення клієнта [2].

Загальна уява про потенційного клієнта-позичальника, його характер визначається репутацією, ступенем відповідальності, готовністю та бажанням повертати борг. Банк повинен перш за все з'ясувати, як позичальник виконував попередні зобов'язання раніше, чи були у нього затримки у погашанні позик, який його статус у бізнес світі. Для отримання психологічного портрета позичальника банк використовує особисте знайомство з клієнтом, консультації з іншими банками та фірмами, діловими партнерами та іншу доступну інформацію. Також, важливою характеристикою є основне джерело погашення боргу підприємства. Найбільш бажаним вважається таке джерело погашання кредиту, як прибуток та інші власні кошти, задовільним – залучення для покриття боргу засобів від реалізації активів, та поганим джерелом – інші запозичені кошти.[4]

Для здійснення оцінки фінансового стану позичальника, банк-кредитор має врахувати чітко визначені об'єктивні показники його діяльності. Ними є [3-10]:

- 1) обсяг реалізації;
- 2) прибуток та збитки;
- 3) рентабельність;
- 4) коефіцієнти ліквідності;
- 5) грошові потоки;
- 6) склад та динаміка дебіторсько-кредиторської заборгованості.

Коли позичальником виступає фізична особа, тоді враховуються соціальна стабільність клієнта, тобто наявність власної нерухомості, цінних паперів, роботи, сімейний стан, і в наслідку:

- 1) наявність реальної застави;
- 2) вік та здоров'я клієнта;
- 3) загальний матеріальний стан клієнта, його доходи та витрати;
- 4) користування банківськими позиками у минулому та своєчасність їх погашення і процентів за ними, а також користування іншими банківськими послугами;
- 5) зв'язки клієнта з діловим світом і т.ін.[5]

У світовій банківській практиці під час вирішення питання про надання кредиту оцінка кредитоспроможності здійснюється за такими найважливішими напрямками (CAMPARI):

С - характер клієнта, особисті якості;

А - здатність до повернення позики;

М - маржа (дохідність);

Р - мета, на яку будуть витрачені гроші;

А - розмір позики;

Р - умови погашення позики;

І - страхування ризику непогашення позики.

Для підприємства, що отримує кредит, важливо знати, на які показники банк звертатиме особливу увагу. До них належать такі: фінансові коефіцієнти, рух грошових коштів, оцінка ділового середовища підприємства.

Фінансові коефіцієнти - коефіцієнти, які надають можливість оцінити фінансовий стан і ефективність роботи підприємства.

До фінансових коефіцієнтів відносять: коефіцієнт заборгованості, ліквідності, оборотності, прибутковості, витрат, окупності інвестицій або активів, окупність власного капіталу.[6]

Висновки

Отже, кредитна діяльність є дуже ризикованою і доволі досліджуваною комерційною сферою. Кожна сторона має мати план дій щодо надання і використання кредиту. Позичальник має мати чіткий фінансовий план, виражену репутацію на ринку та обсяги реалізації для задовільного рішення щодо отримання кредиту. Кредитор, в свою чергу має детально дослідити підприємство на основі

його конкуренції, можливої наявної історії попередніх виплат позик, діяльність з діловими партнерами та план реалізації кредиту. Всі ці аспекти є потрібними для точного бачення суб'єкта, якому надається кредит. Адже за сучасних умов, де збільшується кількість банків з дворівневою структурою та відбувається орієнтація на ринковий характер економіки, створюється потреба в більш глибокій розробці підходів до проблеми оцінки банками кредитоспроможності позичальників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кредитування: теорія і практика: Навч. посібник – К.: Т-во «Знання», КОО, 2000. – 215 с. (Вища освіта XXI століття).
2. Петрук О.М. Банківська справа: Навчальний посібник / За ред. д-ра екон. наук, проф. Ф.Ф. Бутинця. – К.: Кондор, 2004. – 461 с.
3. Кот Л. Л. Банківський кредит у трансформаційній економіці: Питання теорії, методології, практики. – К.: Знання України, 2003. – 93 с.
4. Примостка Л. О, Фінансовий менеджмент банку: навчальний посібник. – К.: КНЕУ, 1999. – 280 с.
5. Пернарівський О. Оцінка кредитоспроможності позичальника // Фінанси України. - 1999. - №1. - С.19-22.
6. Непочатенко О. О. Фінанси підприємств: підручник / О. О. Непочатенко, Н. Ю. Мельничук - К. : "Центр учбової літератури", 2013. - 504 с.
7. Заруба О.Д. Фінансовий менеджмент у банках. – Київ: "Знання", 2001. – 172с.
8. Положення про порядок формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями // Постанова Правління Національного банку України від 25.01.2012 р. № 23. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=123417#top.
9. Єпіфанова І. Ю. Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств / Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю., Цвик О. Г. // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – №4. –С. 5 – 8.
10. Єпіфанова І. Ю. Фінансовий аналіз та звітність : практикум / І. Ю. Єпіфанова, В. В. Джеджула. – Вінниця: ВНТУ, 2017. – 143 с.

Косюк Богдан Олександрович — студент групи МФК-16б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, ел. адреса: kosyukb@gmail.com

Науковий керівник: **Коваль Наталія Олегівна** — доцент, доцент кафедри Фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: kosyukb@gmail.com

Kosyk Bogdan O. - student of the MFK-16b group, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Supervisor: **Natalia N. Koval** - Ph D, associate professor of the Department of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsya

Тенденції розвитку фондових бірж України

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В роботі розглянуто фондові біржі України. Проаналізована діяльність фондових бірж з 2014 по 2017 роки. На основі таких даних як обсяг торгів на ринку цінних паперів, частка біржового ринку в загальному обсязі торгів на ринку цінних паперів та обсяг торгів на біржовому ринку по відношенню до ВВП було описано зміни за зазначений період.

Ключові слова: фондовий ринок, фондова біржа, ринок цінних паперів.

Abstract

The article reviews the Ukrainian stock exchanges. The activity of stock exchanges from 2014 to 2017 is investigated. The main indexes of exchanges are analyzed. The article describe the changes on the stock market.

Keywords: stock market, stock exchange.

Вступ

Формування ринкової економіки України розпочалося лише зі здобуттям незалежності і продовжується по теперішній час. Для побудови ефективної фінансової системи ринкової економіки необхідно приділяти увагу розвитку кожному з її елементів. Одним із них є фондовий ринок, який сприяє перебудові економіки, накопиченню капіталу та залученню нових коштів. На відміну від товарних бірж, де об'єктом продажу виступають товари, фондові біржі забезпечують рух цінних паперів, ціни на які представлені у вигляді біржових курсів.

Актуальність дослідження. Фондові біржі є визначальним елементом інфраструктури фондового ринку України, розвиток якого сприяє розвитку економіки країни. Саме тому завжди актуальним є дослідження фондових бірж, щоб визначати їх стан, тенденції розвитку та основі цих даних формувати прогнози.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням розвитку фондових бірж України присвячували праці І. Пахомова, Т. Гайда, І. Рекуненко, М. Рябокін, М. Юзвіна, С. І. Гаврилук, Т. Ю. Гайда, А. В. Целюх, М. В. Бормотова та інші [1 – 6].

Мета. Метою даної роботи є дослідження фондових бірж України та оцінка їхньої діяльності.

Результати дослідження

Фондовий ринок – це частина фінансового ринку, який забезпечення кругообігу фінансових ресурсів в економіці через випуск цінних паперів, їх оборот на ринку і, відповідно, погашення цих паперів. Фондова біржа являється основним елементом фондового ринку. Діяльність фондових бірж стимулює пришвидшення обороту капіталу, дає можливість залучити нові фінансові ресурси та здійснює їх перерозподіл [5].

Активний розвиток бірж в Україні розпочався з 1989-1990 років. Визначальну роль в цьому процесі відіграло прийняття Закону України «Про цінні папери та фондову біржу». На даний момент на вітчизняному ринку функціонують такі фондові біржі: ПАТ "Фондова біржа "Перспектива", ПАТ "Фондова біржа ПФТС", ПАТ "Українська міжбанківська валютна біржа", ПАТ "Східно-європейська фондова біржа", ПАТ "Українська фондова біржа", ПАТ "Українська біржа", ПАТ "Київська міжнародна фондова біржа", ПрАТ "ФБ" Універсальна, ПАТ "Фондова біржа "ІННЕКС"[6,7].

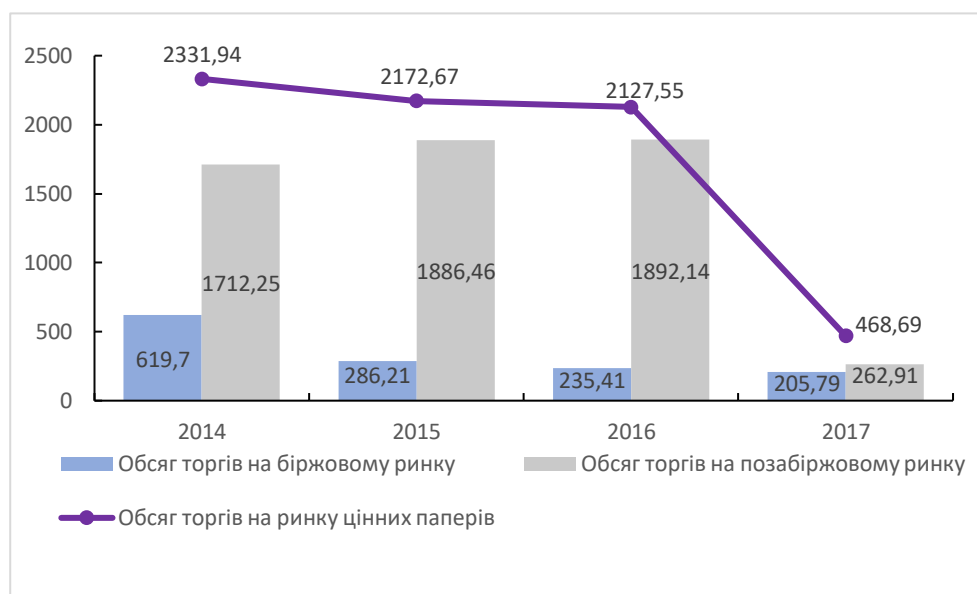
Станом на 2017 рік більшість фондових бірж України демонструють зниження обсягу біржових контрактів. Це пояснюється різким зменшенням неринкових угод на організованому ринку. Згідно наведених даних, можна зробити висновок про визначальну роль "Фондова біржа "Перспектива",

оскільки обсяг її торгів становить 61,91% від загального обсягу, для ПАТ "Фондова біржа ПФТС" та ПАТ "Українська біржа" цей показник за дослідований період зріс на 15,79% та 5,14% відповідно, що свідчить про посилення їх ролі на фондовому ринку [8].

Таблиця 1. Обсяг торгів на організаторах торгівлі протягом 2014-2017 років [8].

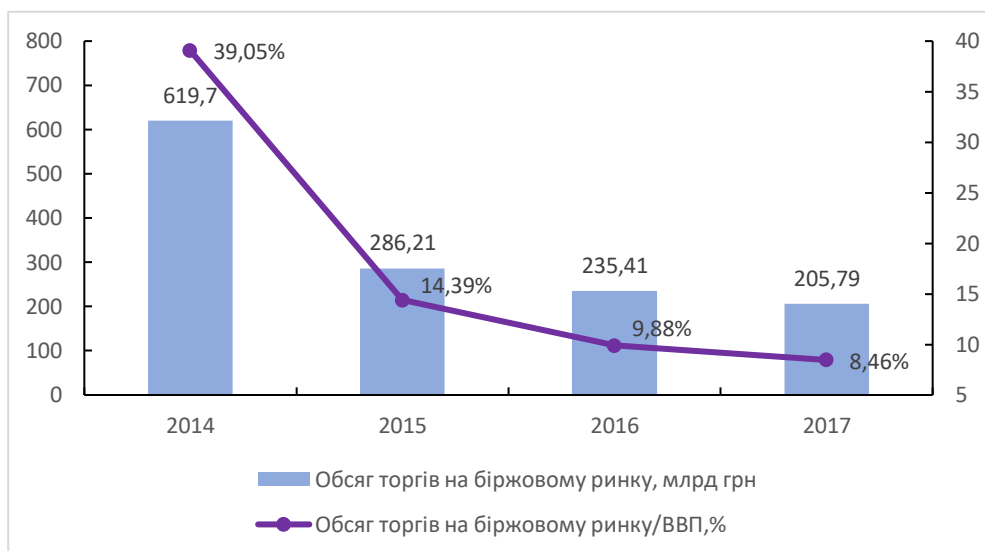
Організатор торгівлі	2014		2015		2016		2017	
	млн грн	%	млн грн	%	млн грн	%	млн грн	%
Перспектива	490458,12	79,15%	220332,17	76,98%	136057,62	57,80%	127410,01	61,91%
ПФТС	95 881,73	15,47%	53 181,80	18,58%	93 719,20	39,81%	64 337,74	31,26%
УБ	8 565,89	1,38%	6 692,36	2,34%	3 531,20	1,50%	13 412,22	6,52%
КМФБ	9 921,41	1,60%	3 565,31	1,25%	1 743,32	0,74%	81,75	0,04%
Універсальна	12 739,29	2,06%	591,29	0,21%	252,09	0,11%	399,20	0,19%
СЄФБ	1 265,53	0,20%	1 413,39	0,49%	59,09	0,03%	-	-
УМВБ	260,4	0,04%	118,67	0,04%	21,71	0,01%	-	-
УФБ	456,88	0,07%	301,98	0,11%	18,93	0,01%	1,16	0,001%
ІННЕКС	27,32	0,00%	5,09	0,00%	1,98	0,00%	145,43	0,07%
УМФБ	118,66	0,02%	5,94	5,94	-	-	-	-

Згідно з річним звітом за 2017 рік Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку, можна стверджувати, що обсяг торгів на ринку цінних паперів знизився на 72,23%, порівняно з 2017 роком, та становив 468,69 млрд грн. З даної діаграми можна помітити негативну тенденцію, яка розпочалася з 2014 року, а саме зниження обсягу торгів на біржовому ринку. Якщо розглядати 2017 рік, то важливо відзначити суттєве зниження наведених показників [8].



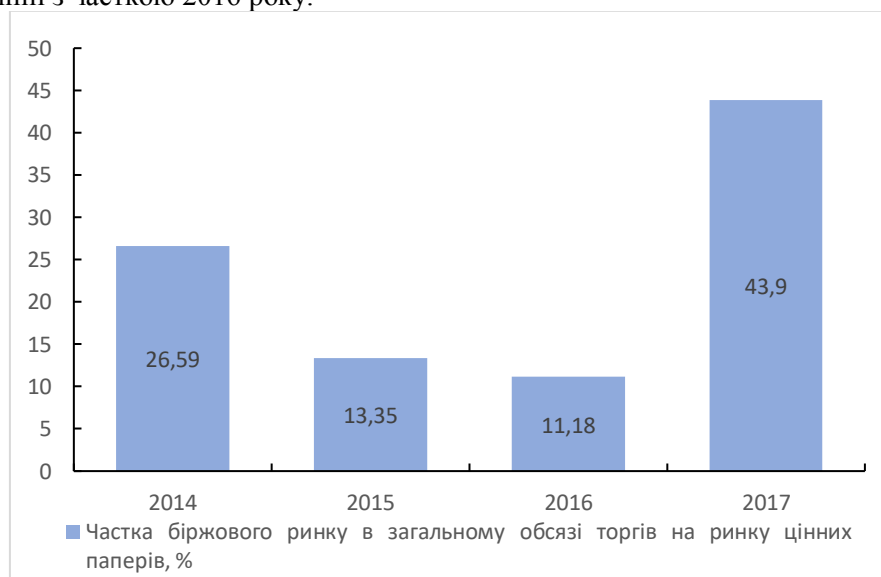
Діаграма 1. Обсяг торгів на ринку цінних паперів у 2014-2017 роках, млрд грн [8].

З 2014 року спостерігається зниження біржового сегменту фондового ринку України. Якщо станом на 2014 рік обсяг торгів на біржовому ринку по відношенні до ВВП – 39,05%, у 2017 році цей співвідношення суттєво зменшилося на 30,59%. У 2017 році обсяг біржових контрактів з цінними паперами зменшився на 12,58% порівняно з минулим роком.



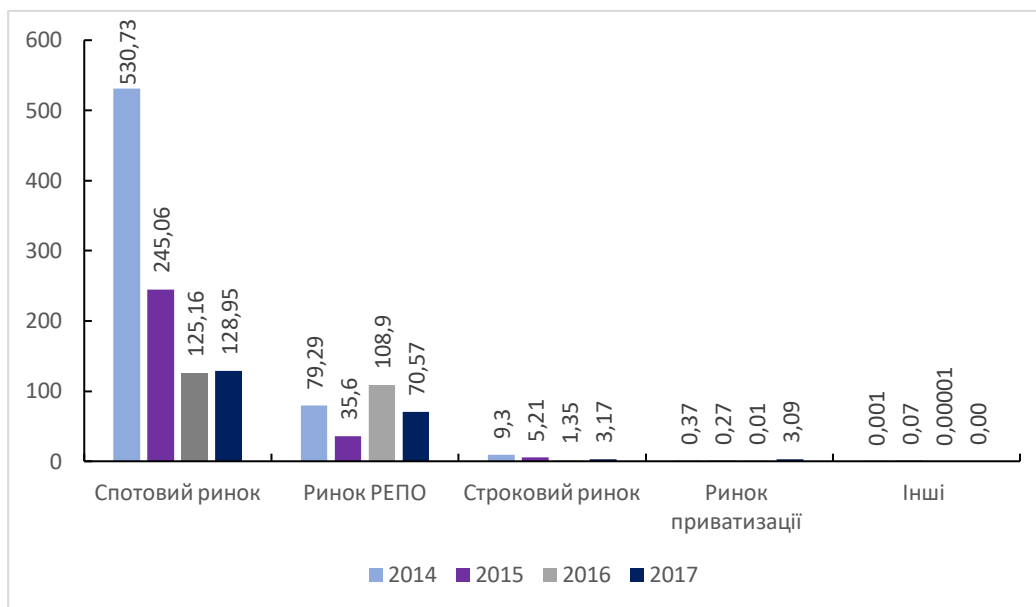
Діаграма 2. Порівняльні дані обсягів торгів на ринку цінних паперів та ВВП у 2014-2017 роках, млрд грн [8]

Як видно з діаграми 3, з початку досліджуваного періоду частка біржового ринку в загальному обсязі торгів на ринку цінних паперів почала знижуватися, однак у 2017 році вона збільшилася на 32,72% в порівнянні з часткою 2016 року.



Діаграма 3. Частка біржового ринку в загальному обсязі торгів на ринку цінних паперів у 2014 – 2017 роках, % [8]

З 2014 року спостерігається зменшення обсягів біржових торгів, зокрема значне скорочення на спотовому ринку- з 530,73 млн грн до 128,95 млн грн. Однак, на ринку РЕПО відбулися не такі значні зміни і це пояснюється тим, що 95% контрактів на цьому ринку пов'язані з державними облігаціями. Також варто відзначити покращення(2,72%) на ринку приватизації з 2014 року [8].



Діаграма 4. Обсяг біржових торгів за видами ринку у 2014-2017 роках, млрд грн [8]

Висновки

На основі проаналізованих даних, можна зробити висновок про зниження біржового сегменту в Україні. З 2014 по 2017 рік обсяг торгів на біржовому ринку зменшився на 413,91 млрд грн, в той час як обсяг торгів на фондовому ринку зменшився на 1863, 25 млрд грн. Також суттєво знизився обсяг торгів на біржовому ринку по відношенню до ВВП, а саме на 30,59%. В той же час, частка біржового ринку в загальному обсязі торгів на ринку цінних паперів збільшилася на 17,31%, що пояснюється зменшенням обсягів торгів на позабіржовому ринку, наслідком чого стало і зменшення загального обсягу торгів на фондовому ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Пахомова І. Г. Сучасний стан фондових бірж України [Електронний ресурс] / І. Г. Пахомова, Є. О. Ващенко // Ефективна економіка. – 2017. – № 11. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5872>.
2. Рекуненко І. І. Діяльність фондових бірж на тлі глобалізаційних процесів / І. І. Рекуненко // Вісник Української академії банківської справи. - 2013. - № 1. - С. 113-120. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VUABS_2013_1_19.
3. Рябокінь М. В. Теоретичні підходи щодо оцінювання ефективності функціонування фондових бірж України / М. В. Рябокінь, М. О. Юзвіна // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. - 2011. - № 2. - С. 259-267. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znprudps_2011_2_27.
4. Гаврилюк С. І. Місце фондової біржі на ринку цінних паперів / С. І. Гаврилюк // Економіка і управління. - 2011. - № 4. - С. 65-71. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econupr_2011_4_14.
5. Гайда Т. Ю. Сучасні тенденції розвитку фондового ринку України [Електронний ресурс] / Т. Ю. Гайда, А. В. Целюх // Ефективна економіка. – 2017. – № 10. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5817>
6. Бормотова М. В. Особливості законодавчого регулювання діяльності фондових бірж в Україні / М. В. Бормотова // Економічні науки. Сер. : Облік і фінанси. - 2012. - Вип. 9(4). - С. 49-54. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2012_9\(4\)_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2012_9(4)_7).
7. Біржі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=468751
8. Річний звіт за 2017 Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.nssmc.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/Річний-звіт-НКЦПФР-2017.p>.

Соломонюк Ірина Леонідівна – студентка групи МВКД-166, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, e-mail: fm.3mo16.solomonuik@gmail.com

Науковий керівник: **Фурик Василь Григорович** — канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри фінансів, Факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет.

Solomoniuk I. L. - student, faculty of management and information security, Vinnytsia National Technical University.

Supervisor: **Furyk Vasyl G.** — Cand. Sc. (Eng.), Assistant Professor, Assistant Professor of the Chair of Finance, Vinnytsia National Technical University.

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі розглянуто сутність інноваційно-інвестиційної діяльності. Досліджено фактори розвитку інноваційної економіки.

Ключові слова: інвестиційна політика, інновації, інвестиційна діяльність

Abstract

The essence of innovation and investments activity and modern tendencies of development both of the business sector and its innovative part are considered. The factors of development of innovative economy are investigated.

Keywords: investment policy, innovations, investment activity

Вступ

Актуальність теми полягає у тому, що ефективність реформування економіки будь-якої країни, її структурні перетворення з якісним оновленням товаровиробництва, ринкової і соціальної інфраструктури формування сучасного і майбутнього конкурентоздатного середовища немислиме без відповідних капіталовкладень, розробки і здійснення науково обґрунтованих програм і конкретних проектів трансформацій, їх моделювання за оціночним критерієм приросту реального ефекту – зростання ВВП і НД у розрахунку на душу населення. В цьому, власне, і полягає сутність економічної стратегії і тактики державних дій щодо досягнення сталого розвитку, формування і відтворення ресурсного потенціалу – необхідних матеріальних (включаючи природні), фінансових і трудових (демографічних), та використання наявних ресурсів.

Дослідженням теоретичних і практичних аспектів інноваційно-інвестиційної політики приділено достатньо увагу в роботах вітчизняних та зарубіжних науковців: А. Бойко, Л. Гоцуляка, В. Конащука, Л. Корецької, Х. Лео, І. Лобаса, О. Меха, О. Мочаліної, В. Тьєда, А. Фаренвальда, Ш. Чученої, О. Яценка.

Метою даної роботи є узагальнення особливостей інноваційно-інвестиційної діяльності в Україні.

Виклад основного матеріалу

Необхідною умовою сталого економічного розвитку та якості економічного зростання є інноваційно-інвестиційна діяльність, яка відображається не тільки у збільшенні обсягів вкладених активів, а також через їх галузеву спеціалізацію та ефективне застосування в ключових економічних сферах. Розвиток, створення інвестиційного потенціалу та зменшення ризиків створюють сприятливе середовище для підвищення економічної конкурентоспроможності України та її регіонів. Це може забезпечити якісні зміни в структурі національної економіки, відновлення основних фондів, підвищення технологічного рівня виробничого процесу, поліпшення умов праці та створення нових робочих місць, розвиток необхідної інфраструктури та багато іншого [1].

Виходячи з цього для розуміння сутності економічної категорії «інноваційно-інвестиційна діяльність» доцільно дослідити сутність понять, їх взаємозв'язок та розбіжності: «інвестиційна діяльність» та «інноваційна діяльність». Так, для категорії «інвестиційна діяльність» найпоширеніше визначення – це комплекс заходів і дій фізичних і юридичних осіб, які вкладають свої ресурси з метою отримання прибутку. Або це діяльність юридичних, фізичних осіб і держави, яка спрямована на залучення та збільшення засобів для реалізації інвестиційного процесу з метою отримання економічного та соціального ефекту [2, с. 24]. В роботі [3] інноваційну діяльність визначають як комплекс економічних, технічних, правових, соціальних заходів, пов'язаних із розробкою,

впровадженням та використанням інновацій, який має на меті досягнення певного економічного та / або соціального ефектів

Щодо визначення економічної категорії «інноваційна діяльність» – це діяльність, що спрямована на використання та комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів та послуг». Таким чином, вона повинна містити:

- випуск та розповсюдження нових видів техніки та технологій;
- прогресивні міжгалузеві структурні зрушення; - реалізацію довгострокових науково-технічних програм з тривалими термінами окупності витрат;
- фінансування фундаментальних досліджень для здійснення якісних змін у стані виробничих сил країни;
- розробку і впровадження нових ресурсозберігаючих технологій, спрямованих на покращення соціального стану населення, екологічної ситуації тощо [2].

Успішне впровадження ринкових реформ, забезпечення стійкості економічного зростання та зменшення регіональних диспропорцій у соціальному та економічному розвитку України значною мірою залежить від того, яким чином відбувається зростання його інвестиційної привабливості в цілому.

Важливим є інтенсифікація внутрішніх та зовнішніх інвестицій для поступового відновлення української економіки через створення належного інвестиційного клімату, юридичних гарантій для всіх інвесторів і чіткого робочого середовища для розвитку бізнесу.

Системне дослідження наукових праць дозволяє стверджувати, що політика фінансування інноваційної діяльності підприємств є складовою частиною державної інноваційної політики, яка повинна забезпечувати вирішення таких завдань, як:

1. створення необхідних передумов для швидкого та ефективного впровадження технічних новинок в усіх сферах народногосподарського комплексу держави, забезпечення її структурно-технологічної перебудови;
2. збереження і розвиток стратегічного науково-технічного потенціалу в пріоритетних напрямках розвитку;
3. створення необхідних матеріальних умов для збереження кадрового потенціалу науки і техніки, недопущення еміграції висококваліфікованих наукових кадрів.

Для реалізації поставлених завдань необхідно забезпечити якомога більший перелік джерел надходження грошових коштів, механізм їх акумулювання та вкладання в інноваційні проекти, а також систему контролю за ефективністю використання та повернення коштів.

Безперечно, фінансування інноваційної діяльності підприємства має відбуватися на таких засадах:

- забезпечення ефективності впровадження інновацій;
- диверсифікація джерел фінансування;
- обґрунтованість і законність способів акумуляції коштів;
- гнучка система фінансового забезпечення;
- фінансування інноваційного проекту на всіх етапах життєвого циклу.

Інноваційній діяльності передуює процес зародження ідеї, яка потім поступово трансформується в інновацію. Ідея інноваційного продукту виникає при фундаментальних дослідженнях. Генерувати ідею певних інновацій можуть безпосередньо споживачі інноваційної продукції через проведення соціологічних опитувань та виявлення потреб споживачів. Відомо, що приблизно 10% ідей та проведених відповідних фундаментальних досліджень втілюються у реальний інноваційний продукт [4].

До основних джерел фінансування інноваційної діяльності підприємств науковці відносять власні кошти підприємств (амортизаційні відрахування, внутрішні резерви, кошти інноваційного фонду); інвестиційні (внески іноземних та вітчизняних інвесторів), кредитні (кредити банків, фінансовий лізинг) та бюджетні ресурси державного та місцевого рівнів.

Прямі іноземні інвестиції є одним з показників рівня інтеграції в світову економіку. Інвестиційна привабливість визначається загальним інвестиційним кліматом в країні, умовами для здійснення експорту та імпорту (включаючи законодавчі вимоги, торговельні та митні правила). Прямі іноземні інвестиції мають право активізувати зростання національної економіки, сприяти впровадженню сучасних технологій, закупівлі промислового обладнання і підвищенні рівня зайнятості, стимулюванні національного та регіонального рівня конкурентоспроможності економіки [1].

Важливо зазначити, що у зв'язку з обмеженістю бюджетних ресурсів, кошти на інноваційну діяльність, які надаються місцевими бюджетами та позабюджетними фондами є незначними, а це означає, що органи місцевого самоврядування мають низький рівень впливу на інноваційну діяльність підприємств.

Відповідно в умовах дефіциту бюджетних надходжень перед підприємствами постає необхідність самофінансування та залучення різноманітних зовнішніх джерел із оптимізацією їх структури, тому що фінансування інноваційно-інвестиційного розвитку характеризується високим ступенем ризику.

Проте нині використання самофінансування інноваційних заходів не завжди гарантує підприємствам високі темпи розвитку. До того ж, впроваджувати інновації за рахунок власних ресурсів мають можливість лише великі підприємства, оскільки мають доступ до фінансових ресурсів, можуть залучити кваліфікованих науково-технічних працівників, організувати НДДКР і застосовувати технологічні знання у великих масштабах.

Напрямок зростання інноваційної активності в цілому та зокрема, фінансування інноваційної діяльності, може стати формування регіональних кластерів. При цьому формування регіональних кластерних об'єднань не обов'язково передбачає об'єднання промислових гігантів, проте й малих та середніх підприємств [5]. Разом з тим, за сучасних умов господарювання проблема кооперації підприємств полягає в першу чергу в небажанні розповсюджувати та обмінюватись інформацією. Саме інформація та можливість диспуту до інновацій змушує об'єднуватись підприємства, навчальні заклади та місцеві органи влади. Оскільки підприємства в сучасних умовах переважно орієнтовані на виживання, вони не бажають ділитись тією інформацією, яка надає їм можливість залишатись конкурентоспроможними.

Висновки

Інвестиційна діяльність – це організована певним чином діяльність, що проводиться в умовах господарювання, що існує в країні, сутність її полягає в ціленаправленому процесі пошуку потрібної кількості інвестиційних ресурсів, виборі конкретних об'єктів для їх вкладання, розробка та впровадження інвестиційної програми та забезпечення її ефективної реалізації для отримання прибутку або ж іншого позитивного результату.

Визначено напрямки покращення інноваційної діяльності

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Щербань О. Визначення інвестиційної активності українських підприємств [Електронний ресурс] / Щербань О. // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2014. – № 2(73). – Режим доступу: [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2014/2\(73\)/uazt_2014_2_26.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2014/2(73)/uazt_2014_2_26.pdf), 2014 (accessed: October 17, 2016).
2. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку та торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/>
3. Джеджула В. В. Інноваційна діяльність як чинник конкурентоспроможності підприємств [Текст] / В. В. Джеджула, І. Ю. Єпіфанова, О. Г. Цвик // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – № 4. – С. 5–8.
4. Єпіфанова І. Ю. Внутрішні джерела активізації інноваційної діяльності [Текст] / І. Ю. Єпіфанова // Процесне та соціально-компетентне управління інноваційним розвитком підприємницьких систем : монографія / за наук. ред. О. М. Полінкевич. – Луцьк : Вежа-Друк, 2017. – Розд. 5.3. – С. 174–183.
5. Перспективи використання сучасних форм фінансового забезпечення інноваційної діяльності вітчизняних підприємств [Текст] / [авт.-уклад. : В. В. Джеджула, І. Ю. Єпіфанова] // Управління інноваційною, інвестиційною та економічною діяльністю інтегрованих об'єднань та підприємств : кол. монографія / за заг. ред. Л. М. Савчук. – Дніпропетровськ : Пороги, 2016. – С. 178–185.

Лукашенко Олена Віталіївна - студентка групи МОф-156., факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: lev.photographer@gmail.com

Науковий керівник: Єпіфанова Ірина Юріївна - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця

Elena V. Lukashenko - Student of the group MOF-15b., Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: lev.photographer@gmail.com

Supervisor: **Iryna Yu. Yepifanova** - candidate of economic sciences, associate professor, associate professor of the department of finance and innovation management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ПРИБУТОК ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто сутність прибутку, запропоновано авторське його визначення. Узагальнено фактори, які впливають на прибуток підприємства.

Ключові слова: прибуток, теорія прибутку, розподіл прибутку.

Abstract

The essence of profit is considered, its author's definition is proposed. The factors influencing the company's profit are summarized.

Keywords: profit, profit theory, distribution of profits.

Вступ

Прибуток відіграє ключову роль у діяльності будь-якого підприємства і соціально-економічному розвитку країни в цілому. Для підприємницької структури він одночасно є і метою, і результатом, і стимулом, і чинником економічної безпеки. Величина прибутку підприємства впливає на формування фінансових ресурсів підприємства; збільшення ринкової вартості підприємства; ефективність виробничої діяльності; економічний розвиток держави.

Економічну сутність прибутку та джерела його утворення досліджували у своїх працях В. Зянько, А. Бабо, Д. Рікардо, А.Сміт, К. Маркс, Й. Шумпетер, Ф. Найт, Е. Чемблерле, П. Самуельсон.

Метою роботи є дослідження сутності прибутку як економічної категорії.

Результати дослідження

Прибуток є однією з найдавніших категорій, яка отримала нове тлумачення в умовах сучасного економічного розвитку країни. Дослідженням прибутку як надзвичайно складної категорії займалися представники існуючих шкіл і наукових напрямів. Зокрема, щодо джерела прибутку як такого в історії економічної думки існували розрізнені погляди, що, по-перше, пояснюється соціально-економічним становищем країн, на теренах яких ці теорії дістали розвитку, а по-друге, рівнем розвитку політичних, економічних та соціальних систем.

Прибуток, як узагальнюючий показник фінансових результатів господарської діяльності є однією з економічних категорій, становлення поняття якого більшість дослідників відносять до зародження товарного виробництва, початок формування купецького капіталу.

Результати дослідження робіт вчених щодо визначення і формування прибутку дозволяє сформулювати сутність категорії прибутку підприємства.

У більшості досліджень результати діяльності підприємства прийнято розділяти на три основні групи: фінансові, економічні і соціальні у складі фінансових результатів основним є прибуток [1, с.326].

Згідно з НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» прибуток визначається як сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати [2]. Таким чином, перш за все, прибуток визначають як сукупність доходів, отриманих в процесі здійснення господарської діяльності, які перевищують сукупність понесених витрат.

Водночас прибуток – це підсумковий показник, результат фінансово-господарської діяльності підприємств як суб'єктів господарювання [3, с.56].

Підприємство одержує прибуток після того, як втілена у створеному продукті вартість буде реалізована і набере грошової форми. Таким чином, прибуток – це частина додаткової вартості, виробленої і реалізованої, готової до розподілу. Отже, об'єктивна основа існування прибутку пов'язана з необхідністю первинного розподілу додаткового продукту де прибуток - це форма прояву вартості додаткового продукту.

Прибуток – це кінцевий результат діяльності суб'єкта господарської діяльності, який визначається, як різниця між валовим доходом і валовими витратами, отриманими впродовж здійснюваної ризикової та суспільно-корисної діяльності [4].

Прибуток виступає в якості оціночного показника, є основним джерелом власного капіталу підприємств, а саме джерелом розширення виробництва і забезпечення інших потреб підприємства. Діючий порядок розподілу прибутку відповідає нинішньому етапу становлення ринкових відносин, тобто підприємство повинне брати участь своїм прибутком у формуванні державного бюджету, а частина прибутку, що залишилася, повинна бути розподілена між власником підприємства і власником позичкового капіталу і інших фінансових ресурсів відповідно до укладених договорів [5, с.226].

Показним, що характеризує прибутковість підприємства є рентабельність. Так, показники рентабельності можуть характеризувати прибутковість акціонерного капіталу, рентабельність активів і рентабельність продажів. Дані показники базуються на прибутку до вирахування процентних витрат (прибутковість власників акціонерного і позичкового капіталу), або чистого прибутку (прибутковість власників акціонерного капіталу).

Зважаючи на те, що кожна стаття витрат та доходів підприємства, формування фінансово-економічного результату відображається в балансі та звіті про фінансові результати, об'єктивним є розгляд особливостей його формування і вданих звітах [6, с.111].

Таким чином прибуток можна визначити як кінцевий результат фінансово-господарської діяльності підприємств, який визначається як позитивна різниця між отриманими доходами та понесеними витратами.

На формування прибутку впливають постановка мети підприємства, виробничі і фінансові чинники, а також облікова політика в області ведення бухгалтерського обліку і оподаткування. Разом з тим, показники фінансових результатів діяльності підприємства відображають компетентність керівництва і якість управлінських рішень. Також на формування фінансових результатів діяльності підприємства чинять вплив сукупності чинників, які можна підрозділити на зовнішні (макроекономічні і галузеві) і внутрішні (виробничі і позавиробничі) [7, с.87]. Особливості у формуванні прибутку підприємств залежать від сфери їхньої діяльності, галузі господарства, форми власності, розвитку ринкових відносин.

При розподілі прибутку важливим є оптимальне поєднання таких завдань його ефективного використання: здійснення розподілу прибутку відповідно до стратегії розвитку підприємства; підвищення рівня добробуту власників підприємства, шляхом реалізації дивідендної політики; забезпечення приросту ринкової вартості суб'єкта господарювання у коротко- та довготерміновій перспективі; підвищення інвестиційної привабливості підприємства; забезпечення ефективного впливу на трудову активність працівників, що здійснюється шляхом участі працівників у розподілі прибутку; реалізація соціального розвитку підприємства; поповнення фінансових ресурсів підприємства; розвиток матеріально-технічної бази за рахунок капіталізованої частини прибутку та ін.

Таким чином, прибуток є об'єктивною економічною категорією і на його формування впливають об'єктивні процеси, що відбуваються в суспільстві, у сфері виробництва й розподілу валового внутрішнього продукту [8, с.446]. Прибуток є одним із основних джерел розширення виробництва і забезпечення інших потреб підприємства.

Прибуток – це кінцевий результат діяльності суб'єкта господарської діяльності, який визначається як різниця між доходами, та відповідними витратами, понесеними для отримання доходів упродовж здійснюваної ризикової та суспільної корисної діяльності.

Висновки

Отже, систематизація підходів до визначення сутності прибутку надала можливість визначити прибуток як кінцевий результат фінансово-господарської діяльності підприємств, який визначається як позитивна різниця між отриманими доходами та понесеними витратами.

Визначено, що на величину прибутку впливає значна кількість чинників. Для забезпечення конкурентоспроможності підприємство повинно забезпечувати оптимальне співвідношення між прибутком та ресурсами й витратами, понесеними для його отримання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Зянько В. В. Фінанси підприємств. Частина 2: навч. посіб. / Зянько В. В., Фурик В. Г., Вальдшмідт І. М. - Вінниця, ВНТУ, 2016. - 144с.
2. Загальні вимоги до фінансової звітності: Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 1 від 07.02.2013 № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
3. Слав'юк Р. А. Фінанси підприємства: навч. посіб. / Р. А. Слав'юк. – К. : ЦУЛ, 2002. – 323 с
4. Єпіфанова І. Ю. Фактори зростання прибутку підприємства/ Єпіфанова І. Ю., Гуменюк В. С. // Молодий вчений. - 2016. - №7(34). - С. 46-49.
5. Кузь В.І. Трагування сутності прибутку підприємства: диференціація підходів / В.І. Кузь // Вісник ЖДТУ; Серія: Економічні науки. – 2007. – № 4 (42). – С. 88-98.
6. Лихолат С.М. Економічна сутність прибутку підприємства / С.М. Лихолат, П.Р. Маделик. http://www.nbuu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltn/16_2/186_Lycholat_16
7. Кальмук Н.В. Управління прибутком підприємства у сучасних умовах / Н.В. Кальмук, С.Т. Дуда [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.nbuu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltn/15_5/254_Kamalczuk_15_5.pdf
8. Партий Г. О. Фінанси підприємства : навч. посіб. / Г. О. Партий, А. Г. Загородній. — Л. : ЛБІ НБУ, 2003. — 132 с.
9. Панченко І. А. Функції прибутку: значення для забезпечення економічного розвитку суб'єктів господарювання [Електронний ресурс] / І. А. Панченко. – Режим доступу : <http://eztuir.ztu.edu.ua/3475/1/71.pdf>.
10. Джеджула В. В. Фінансовий аналіз та звітність : практикум / І. Ю. Єпіфанова, В. В. Джеджула. – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 143 с.

Тетяна Олександрівна Дудник – магістрант групи МОф-146, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: fm.mof14b.dydneyk@gmail.com

Науковий керівник: **Єпіфанова Ірина Юрійівна** – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Tetana O.Dydneyk - Department of finance and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: fm.mof14b.dudnykt@gmail.com

Supervisor: **Yepifanova I. Yu.** - Cand. Sc. (Eng), Assistant Professor of Finance and Innovation Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У даній роботі досліджуються теоретичні аспекти особливостей управління дебіторською заборгованістю малого підприємства.

Ключові слова: дебіторська заборгованість, мале підприємство, управління, вексель, факторинг.

Abstract

The paper the theoretical aspects of peculiarities of management of receivables work of the enterprise are investigated.

Keywords: accounts receivable, small enterprise, management, bill, factoring.

Вступ

Сучасні тенденції розвитку малого підприємництва в Україні свідчать про його значний вплив на всі сторони суспільного життя завдяки високому ступеню адаптування внутрішньої виробничо-комерційної системи до змін зовнішнього середовища господарювання. Малі підприємства відрізняються гнучкістю та чутливістю до змін ринкової кон'юнктури, сприйняттям технологічних інновацій, здатністю розширювати обсяг своєї діяльності відповідно до попиту за незначних інвестицій, сприяють зайнятості населення. Проблеми управління окремими видами заборгованості підприємства ставали об'єктом наукових досліджень багатьох українських та зарубіжних науковців. Зокрема, ці наукові проблеми досліджували Гуцаленко Л. В., Марусяк Н. Л., Лищенко О. Г., Примаєв Т. О., Ісар І. В. та багато інших.

Метою даної роботи є узагальнення особливостей управління дебіторською заборгованістю малого підприємства.

Результати дослідження

На сьогодні в світовій економіці малі підприємства забезпечують від 40 до 70% валового внутрішнього продукту, тоді як в Україні їх вклад складає до 15%. При цьому значна їх кількість є збитковими протягом ряду років майже за всіма видами економічної діяльності [1]. Не останню роль при цьому відіграє неефективне управління дебіторською заборгованістю малих підприємств.

Дебіторська заборгованість – це складова оборотних активів малого підприємства, яка являє собою вимоги до фізичних і юридичних осіб щодо оплати товарів, продукції, робіт або послуг. Збільшення дебіторської заборгованості означає вилучення частини грошових коштів з обігу, що своєю чергою вимагає додаткового фінансування [2, с. 114].

Наявність дебіторської заборгованості свідчить про те, що певною часткою оборотних активів підприємства користуються покупці – тобто, з метою заохочення покупця до придбання продукції мале підприємство (як і будь-яке інше) надає йому можливість відстрочки платежу. Але таке явище може призвести до дефіциту грошових коштів, загрози нормальної роботи підприємства, необхідності залучення зовнішніх джерел фінансування для забезпечення погашення власної кредиторської заборгованості, а у разі неможливості залучення – до низької або нульової платоспроможності, і як наслідок – до банкрутства. Тому основне питання управління дебіторською заборгованістю полягає у реалізації стратегії балансування між ризиковістю інвестицій у дебіторську заборгованість та їх рентабельністю.

Політика управління дебіторською заборгованістю є частиною загальної політики управління оборотними активами та маркетингової політики малого підприємства, яка спрямована на

розширення обсягів реалізації продукції та оптимізацію загального розміру дебіторської заборгованості, а також забезпечення своєчасної її інкасації.

Основними завданнями управління дебіторською заборгованістю малого підприємства є:

- сприяння зростанню обсягу продаж шляхом надання комерційного кредиту і тим самим зростанню прибутку;

- підвищення конкурентоспроможності за допомогою відстрочки платежів;

- визначення рівня ризику неплатоспроможності покупця;

- розрахунок планового розміру резерву сумнівних боргів;

- надання рекомендацій по роботі з фактично або потенційно неплатоспроможними покупцями.

Загальний алгоритм управління дебіторською заборгованістю малого підприємства повинен включати такі складові [3]:

1) фінансовий аналіз діяльності організації-постачальника;

2) розробка кредитної політики малого підприємства;

3) прийняття рішення про надання кредиту, страхування, дебіторської заборгованості;

4) зміна кредитної політики малого підприємства;

5) контроль за відвантаженням продукції, випискою рахунків та його відправкою покупцю; складання картотеки дебіторів.

Одним з ефективних методів управління дебіторською заборгованістю малого підприємства є рефінансування дебіторської заборгованості, а саме:

1. Спонтанне фінансування – призначення знижок покупцям за скорочення термінів розрахунку (при оплаті товару достроково) покупець одержує знижку з ціни. Відомо, що за умов інфляції будь-яка відстрочка платежу призводить до того, що підприємство-виробник реально одержує лише частину вартості реалізованої продукції. Тому підприємству інколи вигідніше зробити знижку на реалізований товар за умови швидкої оплати рахунка, ніж втратити більшу суму в результаті інфляції.

2. Факторинг – це банківська операція, суть якої полягає у придбанні банком (фактором) у постачальника (продавця) права вимоги у грошовій формі на дебіторську заборгованість покупців за відвантажені їм товари (виконані роботи, надані послуги), ризику виконання такої вимоги, а також приймання платежів [4].

Оскільки дебіторська заборгованість покупців – це фактично безвідсоткова позика контрагентам, то її рівень визначається підприємством за умовами розрахунків зі своїми клієнтами. Якщо форми розрахунків є прогресивними, то зменшується обсяг продажу товарів (продукції) в кредит і відповідно зменшується величина дебіторської заборгованості за рахунками клієнтів. З іншого боку, якщо розрахункові умови послаблюються, з'являється більше замовників, зростає обсяг реалізації продукції і сума дебіторської заборгованості. Послаблення розрахункових умов, що збільшує дебіторську заборгованість покупців, має свої переваги і недоліки. Так, з одного боку – це зростання обсягу продажу товарів та прибутку, а з другого – збільшення суми безнадійних боргів та додаткові фінансові витрати через наявність на балансі дебіторської заборгованості. Перш ніж прийняти рішення про послаблення розрахункових умов, слід порівняти витрати від утримання на балансі додаткової дебіторської заборгованості контрагентів з вигодою від зростання обсягу продаж. Якщо результат такого порівняння дає прибуток, то мале підприємство може послабити покупцям свої розрахункові умови. Однак послаблення вимог щодо розрахунків не завжди дає такий результат. Інколи додаткові витрати на безнадійні борги та утримання на балансі додаткової дебіторської заборгованості значно перевищує прибуток від додаткового обсягу реалізації продукції. [5, с. 139 – 142. 6].

Результатом може стати накопичення на балансі, окрім дебіторської заборгованості минулих періодів, ще й нової дебіторської заборгованості. У цьому разі краще не змінювати умови розрахунків, тобто не послаблювати їх

Висновки

Таким чином, для формування ефективної системи управління дебіторською заборгованістю малого підприємства необхідно:

1) слідкувати за співвідношенням дебіторської і кредиторської заборгованості. Значне перевищення дебіторської заборгованості створює загрозу фінансовій стійкості підприємства і робить необхідним залучення додаткових джерел фінансування;

- 2) орієнтуватися на збільшення кількості замовників для зменшення ризику неоплати, який є значним при наявності монопольного замовника;
- 3) контролювати стан розрахунків за простроченою заборгованістю, оскільки відстрочка платежу призводить до отримання лише частину боргу;
- 4) своєчасно виявляти недопустимі види дебіторської та кредиторської заборгованості, до яких, в першу чергу, відносять прострочену заборгованість постачальникам і прострочену заборгованість покупцям понад трьох місяців, заборгованість за платежами до бюджету тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Білик М.Д. Фінансові результати діяльності малих підприємств: оцінка та прогнозування: монографія / М.Д. Білик, Т.О. Білик. – Київ: ТОВ «ПанТот», 2012. – 280 с.
2. Лищенко О. Г. Аналіз дебіторської заборгованості в системі управління підприємством / О. Г. Лищенко // Держава та регіони. – Серія: Економіка і підприємництво. – 2009. – № 1. – С. 114-117.
3. Вірстюк Н.В. Удосконалення системи обліку та управління дебіторською заборгованістю на сучасному етапі. / Н.В. Вірстюк, І.І. Воронцова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/13_NMN_2011/Economics/7_86543.doc.htm.
4. Курта Н.В. Сучасні проблеми обліку дебіторською заборгованістю // Держава та регіони. – 2009. – № 3. – С. 370-373.
5. Марусяк Н.Л. Дебіторська та кредиторська заборгованості як основні регулятори кругообігу оборотного капіталу підприємства / Марусяк Н.Л. // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 2. – Т. 2. – С. 58-142.
6. Джеджула В. В. Фінансовий аналіз та звітність : практикум / І. Ю. Єпіфанова, В. В. Джеджула. – Вінниця : ВНТУ, 2017. – 143 с.

Ілона Миколаївна Воротнюк – магістрант групи МФК-18 мі, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний університет, м. Вінниця, e-mail: vorotnyuk97@gmail.com

Науковий керівник: **Єпіфанова Ірина Юріївна** – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту Вінницький національний технічний університет, м.Вінниця

Iлона Nikolayevna Vorotnyuk - student of the IFC-18 group, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National University, Vinnytsya, e-mail: vorotnyuk97@gmail.com

Scientific supervisor: **Yepifanova Irina Yuriivna** - candidate. econ Sciences, Associate Professor of the Department of Finance and Innovation Management Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто сутність антикризового управління. Запропоновано авторське визначення даного поняття

Ключові слова: антикризове управління, криза, кон'юнктура, фінансовий стан, фінансова криза, фінансовий стан.

Abstract

The essence of crisis management is considered. The author's definition of this concept is proposed

Keywords: crisis management, crisis, state of affairs, financial condition, financial crisis, financial condition.

Вступ

На сьогоднішній день, та з початку незалежності України, багато підприємств звертаються до консалтингових компаній, які у 90% ситуаціях дають пораду на впровадження антикризового управління.

Розвиток теорії і практики, пов'язаних із концептуальними положеннями антикризового управління, висвітлено в працях багатьох учених, зокрема А.П. Балашова, Р.І. Біловол, І.А. Бланка, Ф.А. Важинського, А.Р. Журавської, О.В. Коваленко, Л.О. Лігоненка, Л.С. Ситника, О.О. Терещенка, Е.О. Уткіна, В.В. Чернишова. Але, не зважаючи дослідження сутності антикризового управління, можна розкрити багато факторів антикризового управління на сучасний стан підприємств.

Метою роботи є розкриття сутності антикризового управління.

Викладення основного матеріалу

О.О. Терещенко зазначає, що антикризове управління – це застосування специфічних методів та прийомів управління фінансами, які дають змогу забезпечити стабільне функціонування підприємства на основі управління зовнішніми та внутрішніми ризиками попередження та подолання фінансової кризи [1, с. 18].

Предметом антикризового управління є фактори, що викликають до кризового становища, методи які передбачують реальні причини кризи, тобто всі етапи що до порушення генерацій кругообігу для позитивного існування підприємства.

Основною метою антикризового управління є забезпечення гарних результатів – запланованих чи випадкових – за допомогою здорової організації, що досягається шляхом використання оточення на основі добре поставленого управління людьми і комунікаціями [2].

Одним із головним етапом антикризового управління важаться визначення пріоритетів, для успішного результату, з перерахованих є планування, організації, визначення цілей, мотивації та контролю.

Об'єктом антикризового управління є визначення причини втручання кризи та його розвитку, дії щодо запобігання кризового положення [3, с. 92].

Суб'єктами системи антикризового управління є кваліфікованні особи які володіють знаннями, інформації, певними ресурсами для впровадження ряд завдань [3, с. 92].

Антикризове управління проводиться за наступними заходами [4, с. 36]:

- виділення пріоритетних підходів у господарській діяльності тобто своєрідних пунктів зростання, які сприяють підвищенню ділової активності;
- обґрунтоване прогнозування ресурсного забезпечення;
- визначення якісних і кількісних критеріїв оцінки проведеної роботи, а також можливості внесення коректив у дії, впроваджені на підприємстві.

Здійснюючи аналіз наявних підходів, описаних в працях вітчизняних та зарубіжних науковців, можна зробити висновок, що переважна більшість поглядів авторів погоджується, що антикризове управління є функцією менеджменту, яка забезпечує [5]:

- уникнення кризових ситуацій;

- зменшення або ліквідацію наслідків фінансової кризи на підприємстві;
- забезпечення належного рівня платоспроможності.

До принципів системи антикризового фінансового управління підприємством відносяться такі [6]:

- 1) постійна готовність до можливого порушення фінансової рівноваги підприємства;
- 2) діагностика кризових явищ на початкових етапах фінансової діяльності підприємства;
- 3) диференціація індикаторів кризових явищ за ступенем їхньої небезпеки для фінансового розвитку підприємства;
- 4) терміновість реагування на окремі кризові явища у фінансовому розвитку підприємства;
- 5) адекватність реагування підприємства на ступінь реальної загрози його фінансовій рівновазі;
- 6) повна реалізація внутрішніх можливостей виходу підприємства з кризового фінансового стану;
- 7) використання за необхідності відповідних форм санації підприємства для запобігання його банкрутству

За рахунок певних етапів, методів, можна запобігти або вийти з кризового положення, сам механізм і дозволяє застосувати певну блокаду від порушення роботи підприємства.

На першому етапі є виявлення фінансового стану на підприємстві, причини за рахунок яких відбулося порушення та впровадження кризи на підприємстві, оцінка внутрішнього та зовнішнього середовища, аналіз кон'юктури ринку.

На другому етапі, розвиток кризи на підприємстві, на скільки глобально може порушити всю систему роботи підприємства, це стосується і вплив кризи на фінансовий стан підприємства.

Завдяки вивчення даних етапів, чітко дасть зрозуміти загального положення підприємства в кризовому стані, які фактори вплинули на порушення роботи, та реальна погроза підприємство очікує за рахунок розвитку кризи, в кому критичному стані може опинитися підприємство.

Висновок

Таким чином, антикризове управління можна визначити як активне управління, яке спрямоване на запобігання впливу ризиків та нестабільного зовнішнього середовища на конкурентоспроможність та стійкість функціонування суб'єкта господарської діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Терещенко, О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві: навч. посіб. / О. О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2004. – 560 с.
2. Єпіфанова І. Ю. Управління інвестиційною діяльністю промислових підприємств. Монографія / М. П. Войнаренко, І. Ю. Єпіфанова. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 188 с.
3. Важинський Ф. А. Сутність антикризового фінансового управління підприємством / Ф. А. Важинський, А. В. Колодійчук // Економіка промисловості. – 2009. – № 5. – С. 127-130.
4. 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.
5. Єпіфанова І. Ю. Сутність антикризового управління підприємства [Електронний ресурс] / Єпіфанова І. Ю., Оранська Н. О. // Економіка та суспільство. – 2016. – №2. – С. 265-269. – Режим доступу: www.economyandsociety.in.ua
6. Єпіфанова І. Ю. Фінансовий аналіз та звітність : практикум / І. Ю. Єпіфанова, В. В. Джеджула. – Вінниця : В НТУ, 2017. – 143 с.

Подольян Дмитро Вікторович — студент групи МФК-18 мі, факультет менеджмент, Вінницький національний технічний університет. Вінниця, e-mail: dima.podolyan.1998@gmail.com
 Науковий керівник: **Єпіфанова Ірина Юрївна** — канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет.

Podolyan Dmitry V. - student of the group of MFC-18, faculty of management, Vinnitsa National Technical University. Vinnytsya, e-mail: dima.podolyan.1998@gmail.com

Supervisor: **Yepifanova Iryna Yu.** – Cand. Sc. (Eng), Associate Professor of the Department of Finance and Innovative Management, Vinnytsia National Technical University.

САНАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ ТА ТИПОВІ ЗАХОДИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розкрито суть санації підприємств, розглянуто форми здійснення та типові заходи.

Ключові слова: санація, фінансовий стан реструктуризація, досудова санація.

Abstract

The essence of the reorganization of enterprises is disclosed, forms of implementation and typical measures are considered.

Key words: sanation, financial state restructuring, pre-trial sanation.

Вступ

В умовах кризової ситуації у разі, коли її можна подолати, має стати розробка проведення комплексу заходів, спрямованих на виведення підприємства з кризи і відновлення його прибутковості, платоспроможності, позицій на ринку, тобто підприємства вдаються до проведення санації. Здійснення організаційно-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на зміну структури підприємства, управління ним, форм власності, організаційно-правових форм, як здатність привести підприємство до фінансового оздоровлення, збільшити обсяг випуску конкурентоспроможної продукції, підвищити ефективність виробництва. Мета санації вважається досягнутою, якщо з допомогою зовнішніх та внутрішніх фінансових джерел, проведення організаційних та виробничо-технічних удосконалень підприємство виходить з кризи (нормалізує виробничу діяльність та уникає оголошення банкрутом з наступною ліквідацією) і забезпечує свою прибутковість та конкурентоспроможність у довгостроковому періоді.

Метою і є дослідження підходів до визначення поняття «реструктуризація підприємства» на підставі обґрунтування сутності контекстних процесів та узагальнення існуючих концепцій.

Основна частина

Санація - це система заходів, спрямована на оздоровлення фінансово-господарського стану підприємства, а також задоволення повністю або частково вимог кредиторів шляхом кредитування, реструктуризації підприємства, боргів і капіталу та (або) зміни організаційно-правової форми і виробничої структури боржника, що здійснюються під час провадження справи про банкрутство з метою запобігання визнання підприємства банкрутом та його ліквідації або самостійно підприємством без порушення справи про його банкрутство (досудова санація)[3].

Рішення про проведення санації може прийматися:

- у досудовому порядку - з ініціативи менеджменту чи власників підприємства, якому загрожує банкрутство, кредиторів, центральних органів місцевого самоврядування, контрольних органів у межах своїх повноважень, коли існує загроза неплатоспроможності та оголошення підприємства банкрутом;
- у рамках судових процедур, які застосовуються до боржника після порушення справи про банкрутство.

Досудова санація - це система заходів щодо відновлення платоспроможності підприємства, які може здійснювати власник майна (орган, уповноважений управляти майном) боржника, інвестор, з метою запобігання банкрутству боржника шляхом реорганізаційних, організаційно-господарських, управлінських, інвестиційних, технічних, фінансово-економічних, правових заходів відповідно до законодавства до початку порушення провадження у справі про банкрутство. [4]

Власником майна підприємства, яке опинилося в кризовому стані, його засновниками, кредиторами, іншими особами в межах заходів щодо запобігання банкрутству підприємства може бути надана фінансова допомога в обсязі, достатньому для погашення зобов'язань боржника перед кредиторами, у тому числі зобов'язань щодо сплати податків і зборів (обов'язкових платежів) і відновлення платоспроможності боржника (досудова санація) [1].

Заходами щодо відновлення платоспроможності підприємства, які передбачаються планом санації, можуть бути:

- реструктуризація підприємства;
 - перепрофілювання виробництва;
 - закриття нерентабельних виробництв;
 - відстрочка або розстрочка платежів та прощення (списання) частини боргів, про що укладається мирова угода;
 - ліквідація дебіторської заборгованості;
 - реструктуризація активів боржника;
 - продаж частини майна боржника;
 - зобов'язання інвестора про погашення боргу (частини боргу) боржника, зокрема шляхом переведення на нього боргу (частини боргу), та його відповідальність за невиконання взятих на себе зобов'язань;
 - виконання зобов'язань боржника власником майна боржника та його відповідальність за невиконання взятих на себе зобов'язань;
 - продаж майна боржника як цілісного майнового комплексу;
 - одержання кредиту для виплати вихідної допомоги працівникам боржника, які звільняються згідно з планом санації, що відшкодовується насамперед за рахунок реалізації майна боржника;
 - звільнення працівників боржника, які не можуть бути задіяні в процесі реалізації плану санації.
- Вихідна допомога в цьому разі виплачується за рахунок інвестора, а за його відсутності - за рахунок реалізації майна боржника або за рахунок кредиту, одержаного для цієї мети та ін [2].

Проект санації складається зі вступу та двох розділів. У вступі відображаються:

- фактичний фінансовий стан підприємства (фактичний обсяг реалізації, величина прибутків (збитків), рівень заборгованості, коефіцієнти платоспроможності, ліквідності, фінансового левериджу тощо);
- аналіз причин кризової ситуації;
- характеристика ринків збуту продукції;
- кадровий потенціал та інші вихідні параметри. Крім того, формулюються стратегічні цілі санації і стислий прогноз результатів проведення фінансового оздоровлення підприємства [1].

За проведення процесу санації необхідно визначити її цілі та стратегію. На підставі обґрунтованої стратегії розробляється система санаційних заходів, формується програма та проект плану санації. На кінцевому етапі здійснюється реалізація цього плану. Стратегія — це узагальнена модель дій, необхідних для досягнення поставлених цілей через координацію та розподіл ресурсів компанії. Кінцева мета санаційної стратегії полягає в досягненні довгострокових конкурентних переваг, які б забезпечили компанії високий рівень рентабельності, а суть самої стратегії — у виборі найліпших варіантів розвитку фірми та в оптимізації політики капіталовкладень. Відповідно до вибраної стратегії розробляється програма санації, тобто система взаємозв'язаних заходів, спрямованих на вихід підприємства з кризи. Вона формується на підставі комплексного вивчення причин фінансової кризи, аналізу внутрішніх резервів, стратегічних завдань санації та висновків про можливості залучення капіталу [7].

Цілі санації можна розділити на стратегічні й тактичні. До тактичних відносять: відновлення платоспроможності, ліквідацію заборгованості за претензіями. Стратегічні цілі — стабілізація і зміцнення фінансового стану підприємства, відновлення його конкурентної позиції [4].

Стратегія санації визначає її ідеологію та механізми здійснення. Вона має варіативний характер і визначається цілями санації. Орієнтація на короткострокові заходи, такі як розпродаж активів, скорочення виробництва і витрат, дає швидкий ефект, скорочує заборгованість підприємства, але залишає відкритими питання перспектив його розвитку.

Санаційні заходи щодо відновлення боргової платоспроможності пов'язані з пошуком власних джерел грошових коштів за рахунок іммобілізації матеріальних активів підприємства, в обсягах та термінах, необхідних для розрахунку по зобов'язаннях. Джерелом отримання грошових надходжень може бути: реалізація частини основних фондів (насамперед законсервованих, частково вільних; за їх недостатності - частини основних фондів, що можуть бути вивільнені з торговельно-технологічного процесу підприємства без відчутних змін його продуктивності) [5-8];

- продаж об'єктів незавершеного будівництва;
- вихід з інвестиційних проектів фінансового та інноваційного спрямування;
- рефінансування дебіторської заборгованості;
- розпродаж товарно-матеріальних запасів тощо.

Такі санаційні заходи називають реструктуризацією балансу підприємства - потенційного банкрута. Їх реалізація не змінює загального обсягу активу балансу (його валюти) і пов'язане лише зі зміною матеріально-уречевленої форми наявних активів[6].

Висновки

У даній роботі обгрунтовано важливе значення теоретичних положень наукового обгрунтування санацій підприємства. Визначено місце санації як одного з елементів антикризового управління підприємства. Застосування відповідних заходів у процесі санації є необхідною передумовою забезпечення ефективності підприємства у довгостроковій перспективі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Законодавство України з питань банкрутства суб'єктів господарювання. Збірник законодавчих та нормативних актів/ Упорядник Камлик МІ. - К.: Атіка, 2016. - 352 с.
2. Управління фінансовою санацією підприємства: Навчальний посібник/ СЯ. Салига, О.І. Дацій, Н.В. Нестеренко, О.В. Серебряков. - К.: Центр навчальної літератури, 2016. - 240 с.
3. Кохан М. Ситуаційне моделювання комплексної стратегії санації // Вісник ЛНУ імені Франка. Серія економічна. Вип. 37 (1). – Львів, 2007. - С. 605-612
4. Кохан М.О. Застосування реструктуризаційних заходів у процесі проведення санації підприємства // Збірник тез за матеріалами II науково-практичної конференції „Соціально-економічний розвиток і безпека України: філософія, стратегія, тактика”. – Львів: Видавництво Львівського державного університету внутрішніх справ. – Львів, 2007. – С. 33-37
5. Кохан М.О. Роль персоналу в ефективному проведенні санації підприємства // Матеріали Міжнародної студентсько-аспірантської конференції —Новобрії економічної науки”. – Львів, 2007. – С. 129-131
6. Коваль Н. О. Сучасні підходи розвитку безперервної системи підготовки робітників в умовах модернізації економіки [Електронний ресурс] / Н. О. Коваль // Економіка та суспільство. - 2018. - № 17. - Режим доступу : <http://economyandsociety.in.ua>
7. Єпіфанова І. Ю. Сутність антикризового управління підприємства [Електронний ресурс] / Єпіфанова І. Ю., Оранська Н. О. // Економіка та суспільство. – 2016. – №2. – С. 265-269. – Режим доступу: www.economyandsociety.in.ua
8. Єпіфанова І. Ю. Фінансовий аналіз та звітність : практикум / І. Ю. Єпіфанова, В. В. Джеджула. – Вінниця : В НТУ, 2017. – 143 с.

Волкотруб Руслана Русланівна – студентка групи МФК-18мі, Факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет. м. Вінниця e-mail ruslanka.volkotrub@gmail.com

Науковий керівник **Коваль Наталія Олегівна** – канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет.

Ruslana R. Volkotrub - is a student, Faculty of Management and Information Security, Vinnitsa National Technical University. m. Vinnytsya e-mail ruslanka.volkotrub@gmail.com

Scientific supervisor **Koval Natalia O.** Cand. Sc. (Eng), Associate Professor of the Department of Finance and Innovative Management, Vinnytsia National Technical University.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ В УМОВАХ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Охарактеризовано поняття управління фінансовими ризиками в умовах підприємницької діяльності малих підприємств, виявлені методи оцінки та способи управління фінансовими ризиками.

Ключові слова: ризик, фінансовий ризик, управління фінансовим ризиком.

Abstract

The concept of managing financial risks in the conditions of entrepreneurial activity of small enterprises is described, methods of estimation and methods of managing financial risks are revealed.

Key words: risk, financial risk, financial risk management.

Вступ

Фінансові ризики існують з давніх-давен, з'явилися вони з появою грошового обігу та відносин «позичальник-кредитор». У міру розвитку фінансових систем спектр ризиків значно розширився, проте завдання грамотного управління ризиками особливо гостро постала перед учасниками фінансового ринку в останні 10-15 років. Проблема полягає не в окремих випадках, які можна було б пояснити неефективною системою управління в рамках окремо взятої компанії. На сьогоднішній день існує цілий ряд чинників, що сприяють підвищенню уразливості фінансових інститутів і все більшого числа нефінансових компаній. До таких факторів належать: глобалізація, яка робить національні економіки все менш захищеними від впливу економічних криз інших країн; створення та впровадження нових інформаційних технологій, що дало можливість укладати угоди в будь-якій точці земної кулі в режимі реального часу, і сприяло збільшенню швидкості змін на ринку.

Сучасні фінансові інститути прийшли до розуміння, що для запобігання негативних наслідків необхідна щоденна кількісна оцінка можливих втрат за окремими операціями, клієнтам, підрозділам і напрямів діяльності, а також інтегральна оцінка сукупного ризику підприємства. Сказане визначає не тільки актуальність обраної теми, але й цілі і завдання дослідження.

Питання управління фінансовими ризиками на підприємстві висвітлювали вітчизняні науковці, такі, як І. Бланк, О. Грачова, Л. Донець, В. Кочетков, Т. Мостенська, С. Нескородєв, Р. Пікус, Н. Сирочук, Н. Скопенко та інші. Вони виявляли наукових інтерес до формулювання цілі, завдань і принципів управління фінансовими ризиками підприємства.

Метою даного дослідження є аналіз сучасних підходів і методів управління фінансовими ризиками. Для досягнення поставленої мети ставляться і вирішуються такі завдання:

- Розглянути сутність і класифікацію фінансових ризиків.
- Проаналізувати систему ризиків фінансової діяльності з метою виявлення особливостей ризиків кожного виду.
- Виявити принципи управління фінансовими ризиками.
- Провести аналіз методів оцінки фінансових ризиків.
- Розглянути способи управління ризиками.

Предметом даного дослідження виступають фінансові ризики та способи управління ними з метою мінімізації їх негативних наслідків.

Основна частина

Ризик – це загроза виникнення непередбачуваних матеріальних втрат пов'язана з випадковими змінами умов економічної діяльності, несприятливими обставинами, яка вимірюється частотою, ймовірністю виникнення різного рівня втрат, що перевищують величину прибутку, що очікується.

Фінансовий ризик – це специфічна економічна категорія, яка виникає в процесі господарської діяльності та відображає ймовірність зниження прибутку, втрати капіталу, банкрутства за умови невизначеності фінансових, виробничих та господарських факторів.

Управління фінансовими ризиками підприємства – це система методів та інструментів, які реалізуються шляхом ідентифікації, аналізу фінансових ризиків, оцінки їх ймовірних наслідків для підприємства, розробки та реалізації заходів щодо нейтралізації їх негативних наслідків. [1]

Класифікація ризиків означає систематизацію безлічі ризиків на підставі якихось ознак і критеріїв, що дозволяють об'єднати підмножини ризиків в більш загальні поняття. Впорядкування цього безлічі необхідно з кількох причин.

Фінансові ризики підприємства класифікуються за такими основними ознаками (табл. 1).

Таблиця 1. Класифікація фінансових ризиків підприємства за основними ознаками

По видам	Основні види фінансових ризиків підприємства
По характеризуємому об'єкту	-ризик окремої фінансової операції -ризик різних видів фінансової діяльності -ризик фінансової діяльності підприємства в цілому
По сукупності досліджуваних інструментів	-індивідуальний фінансовий ризик -портфельний фінансовий ризик
По комплексності	-простий фінансовий ризик -складний фінансовий ризик
По джерелам виникнення	-зовнішній або систематичний ризик -внутрішній або несистематичний
По фінансовим наслідкам	-ризик економічних втрат -ризик втраченої вигоди -ризик втраченої вигоди і додаткових доходів
По характеру прояву в часі	-постійний фінансовий ризик -короткочасний фінансовий ризик
По рівню ймовірності реалізації	-з низьким рівнем ймовірності реалізації -з середнім рівнем ймовірності реалізації -з високим рівнем ймовірності реалізації -рівень ймовірності встановити неможливо
По рівню фінансових можливостей	-допустимий фінансовий ризик -критичний фінансовий ризик -катастрофічний фінансовий ризик
По можливості передбачення	-прогнозований -непрогнозований
По можливості страхування	-з можливістю страхування -без можливості страхування

На сучасному етапі до числа основних видів фінансових ризиків підприємства відносяться наступні ризики:

Ризик зниження фінансової стійкості (або ризик порушення рівноваги фінансового розвитку) підприємства - формується недосконалістю структури капіталу (надмірною часткою використовуваних позикових коштів), що породжує незбалансованість позитивного і негативного грошових потоків підприємства за обсягами.

Ризик неплатоспроможності (або ризик незбалансованої ліквідності) підприємства - обумовлений зниженням рівня ліквідності оборотних активів, що породжує розбалансованість позитивного і негативного грошових потоків підприємства в часі. За своїми фінансовими наслідків цей вид ризику також відноситься до числа найбільш небезпечних.

Інвестиційний ризик - характеризує можливість виникнення фінансових втрат в процесі здійснення інвестиційної діяльності підприємства. Інвестиційні ризики включають в себе наступні підвиди:

- ризик упущеної вигоди;
- ризик зниження прибутковості;
- ризик прямих фінансових втрат.

Ризик упущеної вигоди - це ризик настання непрямого (побічного) фінансового збитку (неодержаний прибуток) у результаті нездійснення якого-небудь заходу (наприклад, страхування, хеджування, інвестування і т.п.).

Ризик зниження прибутковості - може виникнути в результаті зменшення розміру відсотків і дивідендів по портфельних інвестиціях, вкладах і кредитах. Портфельні інвестиції пов'язані з формуванням інвестиційного портфеля і являють собою придбання цінних паперів та інших активів.

Ризики прямих фінансових втрат включають в себе наступні різновиди: біржовий ризик, селективний ризик, ризик банкрутства, а також кредитний ризик.

Біржові ризики являють собою небезпеку втрат від біржових угод. До цих ризиків відносяться: ризик не платежу по комерційних справах, ризик не платежу комісійної винагороди брокерської фірми і т.п.

Селективні ризики - це ризики неправильного вибору способу вкладення капіталу, виду цінних паперів для інвестування в порівнянні з іншими видами цінних паперів при формуванні інвестиційного портфеля.

Ризик банкрутства являє собою небезпеку в результаті неправильного вибору способу вкладення капіталу, повної втрати підприємцем власного капіталу і нездатності його розраховуватися за взятими на себе зобов'язаннями. В результаті підприємець стає банкрутом.

Інфляційний ризик - це ризик того, що при зростанні інфляції одержувані грошові доходи знецінюються з погляду реальної купівельної спроможності швидше, ніж ростуть. Цей вид ризику характеризується можливістю знецінення реальної вартості капіталу (у формі фінансових активів підприємства), а також очікуваних доходів від здійснення фінансових операцій в умовах інфляції.

Дефляційний ризик - це ризик того, що при зростанні дефляції відбувається падіння рівня цін, погіршення економічних умов підприємництва і зниження доходів. І в тому і в іншому випадку підприємство несе реальні фінансові втрати.

Багато дослідників відносять інфляційні ризики до групи фінансових ризиків, пов'язаних з купівельною спроможністю грошей. У цю групу також входять валютні ризики і ризики ліквідності.

Ліквідність - це здатність матеріальних цінностей швидко і без проблем перетворюватися в грошові кошти, грошові активи для погашення боргів, проведення оплати, угод або для власних потреб. При цьому ліквідні матеріальні цінності зберігають свій номінал вартості. Іншими словами, під поняттям ліквідність варто розуміти товар, що володіє цінністю при збуті або обміні на грошову одиницю. Прикладом ліквідності може служити золото. Золото цінувалося, цінується і буде цінуватися в майбутньому. Золоті активи можна швидко і легко перетворити в реальні гроші в будь-якій країні світу. Золото практично не знецінюється по відношенню до світової валюти.

Поняття ліквідності при ситуації з кредитуванням визначається наступним чином: ліквідність - це здатність позичальника здійснити своєчасне виконання боргових зобов'язань; іншими словами - його платоспроможність. Ліквідність - це здатність задовольнити передбачувану і раптово що створюється ситуацію потреби в готівці на підприємстві.

Зазвичай розрізняють високоліквідні, низько ліквідні та неліквідні цінності (активи). Чим легше і швидше можна отримати за актив повну його вартість, тим більш ліквідним він є.

Процентний ризик відноситься до групи фінансових ризиків, пов'язаних з ризиками зниження прибутковості і полягає в непередбаченій зміні процентної ставки на фінансовому ринку (як депозитної, так і кредитної). До процентних ризиків комерційних банків, кредитних установ, інвестиційних інститутів відноситься небезпека втрат в результаті перевищення процентних ставок, виплачуваних ними по притягнених засобах, над ставками за наданими кредитами. До процентних ризиків відносяться також ризики втрат, які можуть понести інвестори в зв'язку зі зміною дивідендів по акціях, процентних ставок на ринку по облігаціях, сертифікатам і іншим цінним паперам. [2,3]

Під час дослідження ми провели аналіз фінансових ризиків підприємства «Рекламна агенція «Кур'єр» на основі фінансової звітності за 2017-2018 роки. Які саме ризики виявлені на підприємстві за досліджуваний період наведено в таблиці 2.

Таблиця 2. Аналіз стану фінансових ризиків підприємства «Рекламна агенція «Кур'єр»

№	Найменування ризику	Величина ризику, %		Динаміка (зростання – зниження +)
		2017	2018	
1	Ризик зниження фінансової стійкості	18	29	-11
2	Ризик неплатоспроможності	35	27	8
3	Ризик упущеної вигоди	6	3	3
4	Ризик зниження прибутковості	11	0	11
5	Інфляційний ризик	21	12	9

6	Дефляційний ризик	14	16	-2
7	Ризик ліквідності	19	5	14
8	Кредитний ризик	9	0	9
9	Податкові ризики	7	18	-11
10	Інноваційний фінансовий ризик	16	14	2
	всього	156	124	32

Під час аналізу фінансових звітності виявлено, що в 2017 році найбільшим був ризик неплатоспроможності – на підприємстві не вистачало обігових коштів, а найменшим з ризиків – ризик упущеної вигоди. А в 2018 році найбільшим був ризик зниження фінансової стійкості – обсяги виручки були не зовсім задовільні, а найменший – ризик упущеної вигоди, а ще зазначимо, що у 2018 році такі ризики як: ризик зниження прибутковості та кредитний ризик взагалі зникли, так як були погашені короткострокові кредити та власна продукція та послуги відпускались покупцям по передоплаті.

Аналізуючи динаміку ризиків зазначимо, що три з десяти видів ризиків мало тенденцію до зростання, а сім видів ризиків знизились у 2018 році порівняно з попереднім. Інакше кажучи, у 2017 році було 10 видів ризиків, а у 2018 році їх стало 8, отже на 1,25 рази фінансових ризиків стало менше, а це означає, що динаміка є позитивною.

Вищенаведений аналіз говорить про ефективно проведену роботу з управління фінансовими ризиками в цілому на підприємстві.

Дослідження основних показників діяльності, проведене на основі фінансової звітності, дозволило розробити рекомендаційні заходи щодо покращення фінансового стану підприємства, а також розробити планування фінансових ризиків на наступний після досліджуваного рік, що наведено в таблиці 3.

Для розрахунку величину ризику на 2019 рік (планово), на підприємстві прийняли рішення про зменшення кожного з фінансових ризиків на конкретний відсоток, зазначений в колонці 4. І в результаті було розраховано величину ризику на 2019 рік (планово) в колонці 6.

Таблиця 3. Планування фінансових ризиків підприємства «Рекламна агенція «Кур'єр»

№	Найменування ризику	Величина ризику, % за 2018 рік (фактично)	Відсоток, на який плануємо зменшити фінансовий ризик на 2019 рік	Результат зменшення	Величина ризику, % на 2019 рік (планово)
1	2	3	4	5 (3 x 4 / 100%)	6 (3 – 5)
1	Ризик зниження фінансової стійкості	29	30%	8,7	20,3
2	Ризик неплатоспроможності	27	30%	8,1	18,9
3	Ризик упущеної вигоди	3	5%	0,15	2,85
4	Ризик зниження прибутковості	0	0	0	0
5	Інфляційний ризик	12	3%	0,36	11,64
6	Дефляційний ризик	16	5%	0,8	15,2
7	Ризик ліквідності	5	3%	0,15	4,85
8	Кредитний ризик	0	0	0	0
9	Податкові ризики	18	15%	2,7	15,3
10	Інноваційний фінансовий ризик	14	10%	1,4	12,6

Заходи, що приведуть до підвищення платоспроможності та прибутковості підприємства: розробити і здійснювати програму скорочення витрат – це дасть можливість зменшити ризик зниження прибутковості; поліпшити розпорядження активами підприємства, здійснити інвентаризацію стану майна з метою виявлення активів, які необхідно списати – це дасть можливість зменшити інноваційний фінансовий ризик; підвищити ліквідність активів за допомогою рефінансування дебіторської заборгованості шляхом переведення її у грошову форму; сформулювати ефективний механізм управління дебіторськими і кредиторськими зобов'язаннями та систему

контролю за рухом і вчасною інкасацією дебіторської заборгованості – це дасть можливість зменшити ризик неплатоспроможності; впровадити сучасні технології та інші досягнення у систему фінансово-господарської діяльності підприємства; застосовувати прогресивні форми розрахунків та розробити систему мотивацій своєчасної сплати зобов'язань; здійснювати постійний оперативний фінансово-господарський контролінг. Усі ці заходи ефективно впливатимуть на зменшення наведених в таблиці ризиків.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що в цілому підприємство розвивається, залучає все більше капіталу та постійно збільшує доходи від реалізації незважаючи на постійний ріст витрат собівартості реалізованої продукції. І в результаті вищезазначеного, непогано справляється з багатьма видами фінансових ризиків, деякі з них взагалі ліквідовані, інші знаходяться в позитивній динаміці. Підприємство отримує ріст чистого прибутку, що дає змогу організовувати нові робочі місця та розвивати нові напрями діяльності. А система планування фінансових ризиків дає ще одну ефективну можливість керувати фінансовими ризиками та зменшувати їх, а це дасть змогу збільшити чистий прибуток підприємства. [4]

Управління фінансовими ризиками є одним з найважливіших функціональних завдань фінансового менеджменту. На практиці цю сферу управління фінансами здебільшого виокремлюють у специфічний напрям діяльності фінансового менеджменту – ризик-менеджмент.

Під ризик-менеджментом слід розуміти систему управління ризиками на підприємстві, що передбачає використання методів та інструментів, спрямованих на виявлення, ідентифікацію ризиків, розрахунок ймовірності їх настання, їх оцінку (визначення можливого розміру фінансових втрат) та нейтралізацію (внутрішнє і зовнішнє їх страхування).

Основна мета управління фінансовими ризиками – мінімізація пов'язаних з ними фінансових втрат. Головними завданнями управління фінансовими ризиками є оптимізація структури капіталу (співвідношення між власними та позичковими джерелами формування фінансових ресурсів) та оптимізація портфеля боргових зобов'язань. Передумовою оптимізації структури капіталу є розрахунок ефекту фінансового левериджу. Оптимізація портфеля боргових зобов'язань досягається на підставі:

- диверсифікації кредиторів;
- максимізації рівня показника дюрації (середньозваженого строку непогашеної заборгованості);
- мінімізації платежів за користування позичковим капіталом.

В процесі фінансової діяльності ризик-менеджмент здійснюється у відповідності з політикою управління фінансовими ризиками – системою цілей і завдань управління ризиками, а також сукупністю методів і засобів досягнення цих цілей. Політика управління фінансовими ризиками знаходить своє відображення у стратегії і тактиці виявлення та нейтралізації ризиків. Процес управління ризиками є досить складним (рис. 1).

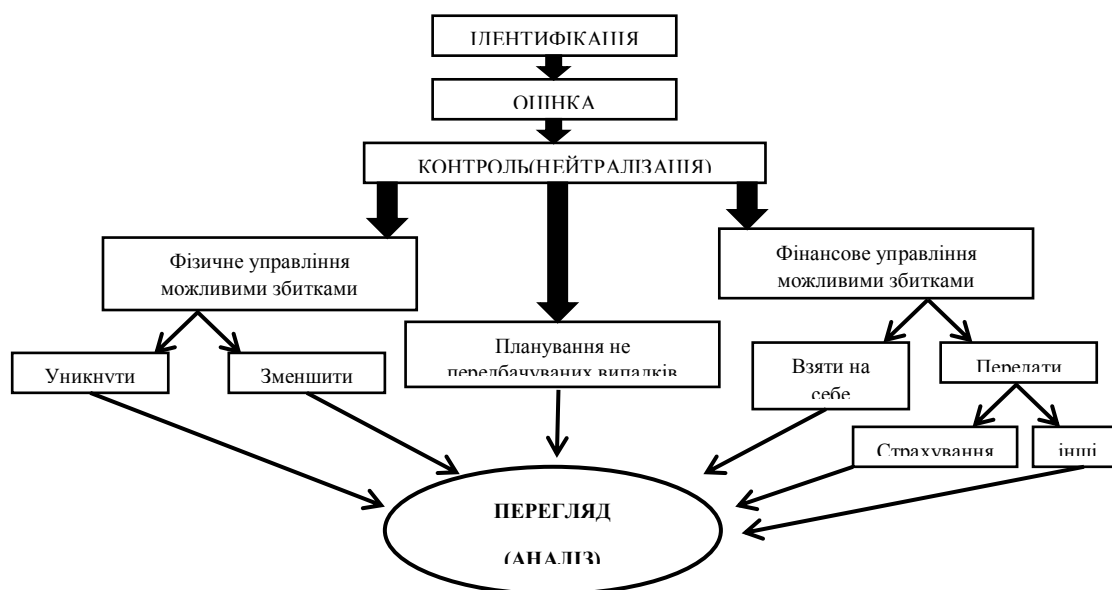


Рис. 1 Процес управління ризиками

Система управління ризиками включає наступні блоки завдань:

- ідентифікацію – процес встановлення переліку основних видів фінансових ризиків, що притаманні діяльності конкретного підприємства.
- оцінку ризиків – відображення наслідків впливу ризиків та ймовірності їх настання в кількісному виразі;
- нейтралізацію ризиків – вжиття відповідних заходів щодо зменшення ймовірності настання ризиків і зменшення наслідків їх впливу.

Ідентифікація фінансових ризиків є необхідною передумовою оцінки їх рівня в процесі ризик-менеджменту.

На першій стадії ідентифікації в розрізі кожного напрямку господарської діяльності (операційної, інвестиційної, фінансової) і основних господарських операцій визначаються притаманні їм види фінансових ризиків і на цій підставі складається перелік можливих несистематичних ризиків підприємства.

На другій стадії визначається перелік систематичних ризиків, пов'язаних з господарською діяльністю підприємства в цілому.

На третій стадії формується загальний портфель фінансових ризиків пов'язаних з діяльністю підприємства (включає можливі систематичні і несистематичні фінансові ризики).

Під час оцінки ризиків базовими величинами, що розраховуються, є величина збитків, яких може зазнати підприємство та ймовірність настання цих збитків. Для визначення цих величин використовують складні алгоритми розрахунків. Результати оцінки ризиків є основою для вибору відповідних заходів їх нейтралізації.

До основних інструментів нейтралізації ризиків слід віднести:

- формування відповідних резервів;
- диверсифікація ризиків;
- хеджування;
- страхування ризиків страховими компаніями.

Найпоширенішим інструментом нейтралізації наслідків настання ризиків є використання для цих цілей резервного фонду фінансових ресурсів, що призначений для покриття можливих збитків.

Резерви створюються відповідно до чинного законодавства або установчих документів підприємств за рахунок нерозподіленого прибутку або коштів власників. В окремих випадках джерелом формування резервного фонду можуть бути валові витрати суб'єктів господарювання, що регулюється законодавчими актами з питань оподаткування.

Зменшення рівня фінансових ризиків можна також досягти, застосовуючи механізм диверсифікації.

Диверсифікація – один зі способів мінімізації фінансових ризиків, який полягає в розподілі ризиків шляхом розширення об'єктів капіталовкладень, асортименту товарів і послуг, фінансових інструментів тощо.

Розрізняють диверсифікацію інвестицій, продукції та виробництва.

При вивченні цього питання слід враховувати, що законодавством встановлені вимоги щодо диверсифікації активів та їх ліквідності у разі, якщо суб'єкти господарювання здійснюють свою діяльність у сфері банківської чи страхової справи, фінансового посередництва та в інших випадках.

Диверсифікація активів може здійснюватися шляхом розподілу значної їх частини між найбільш ліквідними, безпечними і прибутковими категоріями, наприклад:

- кошти на поточних рахунках;
- банківські вклади (депозити);
- нерухоме майно;
- цінні папери, що передбачають одержання прибутку;
- цінні папери, що емітуються державою;
- готівка в межах лімітів залишків каси.

При розробці політики диверсифікації активів слід враховувати принцип обмеженого обсягу окремих їх категорій та необхідність їх диверсифікації. Так, банківські вклади (депозити) повинні бути розміщені не в одному банку, а в кількох. У нерухоме майно рекомендується інвестувати також обмежену суму коштів. Якщо коштикладаються у прибуткові цінні папери, то слід дотримуватися принципу диверсифікації видів цінних паперів (акції, облігації) та їх емітентів. У разі збереження значної суми коштів в іноземній валюті їх також слід диверсифікувати.

У практиці фінансового менеджменту для позначення різних методів нейтралізації ризиків зміни цін на окремі елементи активів (страхування валютного ризику, ризику падіння курсу цінних паперів чи зміни цін на готову продукцію або сировину та матеріали) вживається термін “хеджування”.

До хеджування твердих контрактів належать форвардні, ф'ючерсні та аналогічні щодо них контракти. До хеджування умовних контрактів належать опціони та аналогічні щодо них контракти. [5]

Висновки

Управління підприємством є складним господарським процесом з точки зору як технічної так і організаційної діяльності. В значній мірі це впливає із тих умов, я в яких потрібно здійснювати заходи, приймати рішення, реагувати на зміни. А управління фінансовими ризиками на підприємстві ще складніший процес. Умови забезпечення менеджменту зазвичай характеризується невизначеністю або ризиками різного характеру. Особливо гостро це стосується питань стратегічного менеджменту, який передбачає розробку та реалізацію плану дій та розвитку підприємства на перспективу.

Відповідно до цього, значна увага менеджерів повинна зосереджуватися на проблемах ризиків, які спіткають підприємства в різних сферах його діяльності. Чіткішому розумінню характеру ризиків сприяє їх класифікація.

Усвідомлення характеру ризику створює умови для управління ним. Це дає можливість формувати певний ступінь ризикозахищеності підприємства, яка є показником, що характеризує ймовірність настання того чи іншого ризику.

Загалом, уникнути ризиків в теперішніх умовах – складно, проте можливо. Правильний підбір кадрів, зокрема кризи-менеджерів, стимулювання фінансової стійкості бізнесу, грамотна оптимізація ризикових подій, вчасно виявлені та максимально унеможливлені ризики та багато інших заходів описаних в даному дослідженні дають можливість уникати багатьох фінансових ризиків, і навіть ними керувати, що позитивно відображається на діяльності підприємства і, відповідно, його прибутках.

Отже, аналіз сучасних підходів і методів управління фінансовими ризиками проведений, сутність і класифікацію виявлено, на прикладі «Інформаційно – рекламної агенції Кур'єр» проаналізовано систему ризиків фінансової діяльності, способи управління фінансовими ризиками розглянули, а це означає, що мета даного дослідження була досягнута.

СПИСОК ВИКОРИСТОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Войцехівська А. Антикризове управління фінансами підприємства // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. – 2005. - № 1. – С. 70-72.
2. Слав'юк Р.А. Фінанси підприємства: Навчальний посібник. – К.: ЦУЛ, 2002. – 460 с.
3. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств: підручник / А. М. Поддєрьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк та ін.; Кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. – 7-ме вид., без змін. – К.: КНЕУ, 2008, - 552 С.-С.328-329
4. Еш С.М. Фінансовий ринок Навч. посіб. 2-ге вид. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 528 с.
5. Управління фінансовим ризиком Фінансовий менеджмент Г.Г. Кірейцев, Житомир: ЖІТІ, 2001. – 440 с.

Рибаченко Таїсія Сергіївна – студентка групи МФК-16б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, fm_2mo.rubachenko@gmail.com

Науковий керівник: **Фурик Василь Григорович** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Rubachenko Tayisiya Sergeevna - student of the MFK-16b group, Faculty of Management and Information Security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.

Supervisor: **Vasily G. Furyk**, Candidate of Economic Sciences, professor Department of Finance and Innovation Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa.

Мережне наукове видання

**Матеріали XLVIII науково-технічної
конференції підрозділів Вінницького
національного технічного університету
(НТКП ВНТУ-2019)
13-15 березня 2019 року
Збірник доповідей**

Матеріали подаються в авторській редакції

Підписано до видання 04. 06. 2019 р.
Гарнітура Times New Roman. Обсяг 130 Мб.

Видавець та виготовлювач
Вінницький національний технічний університет,
інформаційний редакційно-видавничий центр.

ВНТУ, ГНК, к. 114.
Хмельницьке шосе, 95,
м. Вінниця, 21021.
Тел. (0432) 65-18-06,
press.vntu.edu.ua,
E-mail: kivc.vntu@gmail.com.

Свідectво суб'єкта видавничої справи
серія ДК № 3516 від 01.07.2009 р.