

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
Мішкольцький університет (Угорщина)
Магдебурзький університет (Німеччина)
Петрошанський університет (Румунія)
Познанська політехніка (Польща)
Софійський університет (Болгарія)

Ministry of Education and Science of Ukraine
National Technical University
«Kharkiv Polytechnic Institute»
University of Miskolc (Hungary)
Magdeburg University (Germany)
Petrosani University (Romania)
Poznan Polytechnic University (Poland)
Sofia University (Bulgaria)

**ІНФОРМАЦІЙНІ
ТЕХНОЛОГІЇ:
НАУКА, ТЕХНІКА,
ТЕХНОЛОГІЯ, ОСВІТА,
ЗДОРОВ'Я**

Наукове видання

Тези доповідей
**XXVIII МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ
MicroCAD-2020**

У п'яти частинах
Ч. III.

Харків 2020

**INFORMATION
TECHNOLOGIES:
SCIENCE, ENGINEERING,
TECHNOLOGY, EDUCATION,
HEALTH**

Scientific publication

Abstracts
**XXVIII INTERNATIONAL
SCIENTIFIC-PRACTICAL
CONFERENCE
MicroCAD-2020**

In five parts
P. III.

Kharkiv 2020

ББК 73
I 57
УДК 002

Голова конференції: Сокол Є.І. (Україна).

Співголови конференції: Торма А. (Угорщина), Раду С.М. (Румунія), Стракелян Й. (Німеччина), Лодиговські Т., Шмідт Я. (Польща), Герджиков А. (Болгарія).

Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXVIII міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2020, 28-30 жовтня 2020 р.: у 5 ч. Ч. III. / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХПІ». – 351 с.

Подано тези доповідей науково-практичної конференції MicroCAD-2020 за теоретичними та практичними результатами наукових досліджень і розробок, які виконані викладачами вищої школи, науковими співробітниками, аспірантами, студентами, фахівцями різних організацій і підприємств.

Для викладачів, наукових працівників, аспірантів, студентів, фахівців.

Тези доповідей відтворені з авторських оригіналів.

ISSN 2222-2944

ББК 73

© Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
2020

ЗМІСТ

Секція 14. Економіка, менеджмент та міжнародний бізнес	4
Секція 15. Навколоземний космічний простір. Радіофізика і іоносфера	340

СЕКЦІЯ 14. ЕКОНОМІКА, МЕНЕДЖМЕНТ ТА МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС

AN INDEX OF REALIZED EXPORT COMPLEMENTARITY

Arkhiereiev S.

National technical university «Kharkiv polytechnic institute», Kharkiv

Trade Complementarity Index (TCI) is significant for prospective analysis of bilateral trade. It is a standard index that can be calculated for both countries (and groups of countries) analyzed. However, important question is how existing potential of trade complementarity, shown by the corresponding index, is put into practice. To answer this question we need to introduce additional rates. The one that may be used is index of realized export complementarity (RECI), that does not include total export of exporting country, but only its export to a certain importing country (or to a group of countries) [1]. Initial calculations of the index are presented in Table 1.

Table 1. Complementarity Indices vs. Realized Export Complementarity Indices

	Complementarity Indices between Ukraine/Germany			Complementarity Indices between Germany/Ukraine		
	TCI	RECI	RECI and TCI point differences	TCI	RECI	RECI and TCI point differences
2013	0,4074	0,5770	0,1696	0,6138	0,7818	0,1680
2014	0,4039	0,5483	0,1444	0,5894	0,7486	0,1592
2014/2013			0,8518			0,9477

Source: own calculation based on [2].

Even at the first glance, difference between figures of commonly accepted and specially tailored indices is noticeable. Also it can be observed in dynamics that in 2013 Ukraine was ahead of Germany by percentage differences of RECI and TCI, but then in 2014, vice versa, it seriously lagged behind, which could lead to negative changes in balance of bilateral trade occurred this year. The findings are informative, but their interpretation needs the further study. The analysis can be proceeded in the project by comparing the indicators of trade complementarity, realized exports complementarity and realized imports complementarity for each of the bilateral relations parties, and also between them, as well as for Ukrainian relations with Germany and the EU. The example of research particularly shows that due to establishing supplementary indicators of implemented complementarity, analysis of bilateral trade relations can be significantly deepened and it generally confirms the appropriateness of in-depth analysis through supplementing of trade potential indicators with its implementation indicators. The resultant indicator system can bring more precise understanding of bilateral trade relations in terms of reorientation. Therefore, search for such indicators should be an important part of prospective project, which will allow you to use the advantages of in-depth analysis of bilateral trade relations development in terms of reorientation. As a matter of priority, in framework of the projects it is planned to study bilateral trade by industrial sector, which can explain differences in the value of various indicators of complementarity.

References:

1. Архиев С. И. Роль углубленного анализа комплементарности торговли для оценки эффективности международного бизнеса в условиях имплементации Соглашения об ассоциации Украины и ЕС // Вестник НТУ "ХПИ" : сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ". – 2015. – № 60 (1169). – С. 168-171
2. Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat>

**THE STUDY OF ENHANCING SUSTAINABLE DEVELOPMENT
THROUGH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BY PRIVATE
COMPANIES IN SUB-SAHARAN AFRICA**

Adekunle O.D., Brin P.V.,

*National technical university «Kharkiv polytechnic institute»,
Kharkiv*

This paper considers how sustainable development goals can be achieved through the corporate social responsibility carried out by private companies in sub-Saharan Africa. Companies have been known to volunteer their services or manpower to the development of communities in which they are situated various forms of relief efforts or more. Generally corporate social responsibility is a form of self-regulation, conscious attempts and self-efforts undertaken by organisations for self-preservation and enhancement of their operations [1,2].

Although some companies do this just to coexist peacefully with their host communities. But the author believes that more can be done by these organisations in helping communities achieve various sustainable development goals that will make a much greater impact on a larger scheme of things.

In Nigeria, the rapid decline in basic amenities in oil producing areas especially in the Niger Delta region and the massive oil spills in the region, led the government to the creation of Niger Delta Development Commission (NDDC). With the sole purpose of developing and attempt to clean up the region. However, this isn't enough as contributions that will be made by private companies would go a long way in alleviating poverty in the region, restoration of the ecological state of the environment damaged and treatment of unhealthy residents affected by the oil spills.

In 2013, the chairman of Dangote group, Alhaji Aliko Dangote was motivated to build the 1,000-bed hospital in Kano by his interest in putting an end to foreign medical tourism trips that cost Nigeria billions of naira annually. He believes that it is only healthy Nigerians who can contribute to the growth of the economy and their community at large, a resource that would be much scarce without the proper medical facilities available to those in need.

To create a sustainable future for the generations yet to come, more corporate social responsibility efforts are needed to effectively enhance and successfully achieve sustainable development goals in sub-Saharan Africa.

References:

1. Brin P.V., Nehme M.N. Corporate social responsibility: analysis of theories and models// EUREKA: Social and Humanities.- 2019.- №. 5.- pp. 22-30.
2. Brin P.V., Nehme M.N// Historical development of the corporate social responsibility concept// Науково-практичний журнал "Причорноморські економічні студії". -2019.- Випуск 48 Частина 3.- pp. 7-14.

FEATURES OF SMALL ENTERPRISE INVESTMENT POLICY

Havrys O.O., Parhuts I.S.

National technical university «Kharkiv polytechnic institute», Kharkiv

The contribution of small and medium enterprises to job creation and production growth is now widely recognized in both developed and developing countries. Enterprises in this sector reduce unemployment, respond quickly to changing market conditions, they are the driving force of scientific and technological progress, play the role of the material base for the formation of the middle class, ensuring political stability in society. Economic independence of small enterprises in conditions of strong competition is ensured by the correct construction of investment policies and the control over their implementation in the organization. For the formation and development of this sector, funds and investment resources are needed. Financing is possible from various sources, the significance and accessibility of which is not the same for various business entities. However, investments are limited and their needs are limitless. As a result, enterprises are faced with the task of optimizing the formation of investment resources and using them more efficiently [1]. One of the most important tasks is effective management of investment resources of the enterprise is to determine the sources of their formation. Investment activity is a necessary condition for the circulation of funds of the enterprise, and activity in the field of production creates the preconditions for new investments. In order to attract investment resources, an enterprise must meet certain characteristics, ie be attractive to investors [2].

Investment planning is one of the most important steps for managing the investment activity of an enterprise. All investment decisions on the implementation of real investment projects and programs, investing funds in financial assets, as well as decisions on their financing are objectively interconnected, which means that they cannot be taken separately and you need to use planning tools to communicate these decisions. An important area of investment support for small businesses can be the organization of a specific infrastructure of loan guarantee programs. Expanding access of small businesses to the credit resources of banks is impossible without the assistance of the state, which in this case could take on some of the risks of financial institutions that inevitably arise when lending to small businesses. The Ukrainian investment environment is ambiguous. According to the State Statistics Service, the volume of foreign direct investment in Ukraine from 2014 to 2018 decreased slightly, and these trends are certainly also true for small businesses. To increase the level of investment, the state needs to take a number of measures that will allow investors to analyze and determine the attractiveness of small businesses to invest.

References:

1. Костецький В. В. Особливості формування інвестиційних ресурсів підприємства в сучасних економічних умовах / В.В. Костецький, А.М. Бутов // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – Вип. 15. – С. 137-140.
2. Усов М. А. Інвестиційна привабливість інноваційних проєктів [Електронний ресурс] / М. А. Усов, О. О. Гавриць, С. В. Сусліков // Приазовський економічний вісник : електрон. наук. журн. – 2019 – № 2 (13). – С. 189-194.

NONFOODS MERCHENDISING: ESSENTIAL OILS AND PERFUMES

Garnyk L.P., Shvetz A.D.

National technical university «Kharkiv polytechnic institute», Kharkiv

Our scientific interest to issue of essential oils as component of perfumes was attracted by facts and documents related with history of perfume industry development in territory of Ukraine, also as members of entrepreneurship, trade and goods expertise department we were motivated by perspectives of work as team-members in startup or brand managers in national or even international companies specialized on producing and/or merchandising perfumes and cosmetics. For this we should be familiar with commercial, historical, technological and quality assurance aspects of producing and merchandising essential oils and perfumes. Tasks of our research are: to analyze different aspects of modern cosmetics and perfumes industry like trends, peculiarities of quality control and certification, mining, processing, labeling and merchandising; to compare different certification systems and methods of quality control of essential oils; to analyze perspectives of organic farming (producing raw material and processing essential oils) for key players of Ukrainian agribusiness.

Perfumery is both a science and an art. Traditionally process of producing perfumes includes extraction of scented ingredients from botanicals, behavior of chemical components, and careful blending of scents to achieve the desired composition. Essential oils may be found in roots, flowers, leaves, fruit, seeds or bark of the plant. Growing and harvesting conditions are optimized for the production of the best fragrances. There are a lot of companies specialized on perfumes and cosmetics industry, who have own fields and gardens organized on principles of organic farming like French Ives Rocher or Turkish Thalia, as like as many others national enterprises and startups.

Global market for essential oils and perfumes is projected to reach equivalent of 51 billion USD by 2022 year. This specific market is measured by compound annual growth rate (CAGR), which indicates measurement of economic growth over multiple time periods. According to opinion of experts, growth of this industry is driven by numerous factors: rising demands for perfumes among consumers; increase in personal toilette for both men and women; accelerated consumer spending on personal and beauty care products and growing awareness that scents greatly enhance personal mood and well being. With a projected annual increase of 5.9% from 2016 until 2026, the natural or pure perfume sector accounts for 19% of the total value share for 2016 and is expected to reach a CAGR of 7.9% over this same period of time.

Comparative researches conducted by cosmetic companies (Avon, Oriflame and Faberlic) around the world indicate that 4 out of every 5 women in developed and developing countries use perfume on a regular basis. Middle East, European Union and North America are key players of global geographic segment for the fragrance industry. Middle East, European Union and North America are key players of global geographic segment for the fragrance industry. North America occupies 34% of all revenues and Europe today is the second-largest sector with 30% of industry sales. South America and the Middle East are burgeoning markets claiming 36% of industry sales respectively.

METHODICAL APPROACH TO EVALUATING THE CONDITION OF THE DOMESTIC CONFECTIONERY GOODS MARKET

Glukhova S.V., Kitchenko O.M.

National technical university «Kharkiv polytechnic Institute», Kharkiv

In the face of environmental volatility, intensified market conditions and increased competition, while improving quality standards in the field of confectionery production, issues of streamlining production and increasing the efficiency of enterprises in this industry become priority. Their solution is impossible without a comprehensive and comprehensive analysis of the current economic state of the confectionery industry itself and a clear understanding of the main trends in its development.

The works of many scientists, including O. Galushko, A. Gagarina, O. Mozgova, S. Zabolotny, M. Zakrevskaya, and others, are devoted to the issues of studying and improving the confectionery market. However, due to the dynamism of economic reforms, market transformations and constant market updates, it is not possible to dwell on the results of one or more specific studies.

The confectionery market of Ukraine is represented by a fairly large number of manufacturers with a focus on consumers with different income levels.

In general, competition between manufacturers remains at a high level - both in price and in non-price (quality, packaging, etc.) parameters. Also, competition from confectionery shops and companies at chain stores is escalating.

Along with the general perspective of the confectionery industry, it should be noted that the conditions for the development of small enterprises are rather limited. Most of them require the replacement of obsolete equipment and the introduction of new technologies with a lack of own funds. Therefore, production will continue to be concentrated in large corporations. Small firms need to solve financial problems by attracting investment.

In order to ensure an objective determination of current trends in the movement of the confectionery production sector, it is proposed to analyze the confectionery market in a certain sequence, which is based on the principles of a system and targeted approaches. The authors presented a structural and logical sequence of stages of analysis of the current state of the confectionery market, which consists of three stages and the corresponding components:

1) Descriptive and analytical stage: determining the place and role of the market in the national economy, characterization of the main components of the industry.

2) Analytical and evidence-based: analysis of the volume of sales of confectionery products, foreign economic activity, demand for confectionery products.

3) Qualitative and analytical: quantitative and qualitative composition of market participants, their versatile ranking.

References:

1. Рибак М.О. Стан та перспективи розвитку кондитерської галузі в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/12/238.pdf>

DISTRIBUTION ACTIVITY MANAGEMENT OF CORPORATION

Karasova M.O., Dolgaleva O.V., Grytsuk Yu.V.

Donbas National Academy of Civil Engineering and Architecture, Kramatorsk

Today, in terms of unstable economic situation in the country, work conditions became worse for every corporation, the level of competition at the market has increased, demand for products has diminished because of the considerable increase in prices, the price of purchasing accessories and transportation cost has also increased. All these factors have caused an essential influence on the worsening the conditions of corporation's distribution activity. That is why, nowadays the question of searching for the ways to improve supplying and distribution has become actual.

Have searched the different thoughts about interpreting the meaning «distribution» we've got the conclusion that «distribution» considers the transfer of production from manufacturer to consumer according to the orders and contracts.

We suggest to observe distribution system of «Zeus Ceramica», which has wide net of distribution but nowadays has just one storage in Slavyansk city in the Goncharna street, 7. Production is transported from this storage to the rest of the sales points in the other regions in Ukraine which are situated far from.

We think that all the corporations which are connected with transport-logistical ways should pay much more attention to solve questions of optimization. As well as the corporation can fulfil the put tasks more effectively with its help for less time and with less transportation costs.

That's why, proceeding the analyse of activity and problems of «Zeus Ceramica», we consider reasonable to solve the optimization tasks with the help of MS Excel. We suggest looking over two variants of logistical task solving in details which are actual for the given corporation.

The first variant is the task that can be lead to solvation by the method of minimal cost. The second variant that is represented as the sum about minimal way in the graph, where we should choose the shortest route of movement passing different intermediate places.

Also we suggest, as an alternative or as an addition to the usage of optimization tasks with the help of MS Excel in distribution activity of «Zeus Ceramica» to locate additional distributional storage in Kyiv. This solution can save transport costs and improve the indicators of logistical principles – the delivery of production to the consumer in certain place in time with minimal transport costs.

Today it is necessary to pay much attention to the process of organization of distribution activity for more effective work of corporation and receiving good indexes of activity in general. «Zeus Ceramica» is the corporation which develops, increases the number of consumers every year, comes to the new markets and improves the quality of production and service.

The improvement of distribution activity organization will let to plan rationally supplying of ready production on the corporation's storages in the future, to deliver production to the consumers as fast as possible with minimal transport costs and to improve the distribution activity organization.

TAXATION OF PERSONAL INCOME IN UKRAINE: SOCIAL ASPECT

Koptieva H. M., Selezneva O. Yu.

National technical university

«Kharkiv polytechnic institute»,

Kharkiv

Personal income tax is an important source of filling budgets at all levels, both in Ukraine and in many economically developed countries. It is the main tax by which social policy is implemented in any country. The advantages of this tax include its social justice, since it puts the level of taxation in direct dependence on the amount of income of payers. In addition, progressive rates and tax incentives can reduce the tax burden for low-income segments of the population and increase it for individuals with high incomes.

The personal incomes taxation is one of the main tools for ensuring social justice in society through the application of a transparent mechanism for their redistribution. The system of individuals' incomes taxation in Ukraine combines personal income tax (PIT), military tax and a unified social contribution to the compulsory state social insurance (USC).

Summarizing the conducted research, we can state that the current system of personal income taxation in Ukraine, despite a number of reforms, does not ensure the growth of revenues to the budgets and insurance funds, and does not fully fulfill the social function of protecting citizens who receive low incomes. Therefore, in our opinion, in order to ensure the social efficiency of the personal income taxation system, it is necessary:

- to restore the progressive nature of the personal income tax, which will contribute to a more efficient and socially equitable income distribution;
- to increase the effectiveness of social tax benefit by establishing a higher limit for its application;
- to reduce the tax pressure on the citizens' income by canceling the temporary military tax;
- to ensure social justice in the incomes' taxation, to take into account the marital status, the number of children and working people, age, etc.;
- to provide the scientific validity and consistency of reforms in the process of improving the income taxation system.

Consequently, building an efficient and socially fair system of personal income taxation will allow not only to ensure stable tax revenues to the budgets but also to improve the quality of the social protection system in Ukraine.

Thus, the development and improvement of the mechanism of taxation of income of persons in the context of ensuring their socio-economic interests should be promising areas for future research.

USING SCRUM METHODOLOGY FOR SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PROCESSES

Kovshik V.I.

National technical university «Kharkiv polytechnic institute», Kharkiv

In the modern world, managers face a lot of problems with managing interconnected and complex tasks in a quickly changing environment. This can be a problem in supply chain management (SCM) processes that are very complicated and require a lot of effort to coordinate different aspects of such activity. At the same time in project management the agile methodologies, e.g. Scrum, are widely used for more effective and flexible organizing of different processes in small and medium-size teams. These methods can be used to improve workflow and motivate people to participate in challenging tasks. But the application of such techniques in SCM is not obvious and requires additional investigation.

Scrum methodology is typically used in creative projects, product development, software development, research and other fields where it is possible to give work results to users in an incremental way. The distinctive feature of this method is that it uses short periods (sprints) for breaking down large task lists (product backlogs) for a more effective organization of work. On every sprint, team members perform only the needed activities to deliver the working final product. The work continues in iterations, delivering improved products every time. Sprint duration is usually relatively short to allow people to concentrate on necessary features and problems without keeping in mind a lot of different non-urgent tasks.

While being created for collaborative product development the Scrum methodology, or at least its elements, can be adapted for the needs of management in the field of supply chains. The main area of improvement using this approach is personal time management of logistics and supply chain management staff, organization of decision-making process and work on reporting. So, it is any field of activity with some result in form of decision or a document is created.

Obviously, the adaptation of scrum to SCM requires changes in the approach and terminology. For personal use in time management, it is possible to ignore the concepts of the development team and scrum master, to reduce sprint duration to one or several working days and to set only short-term goals. The product owner will be a higher-level manager or a reports user. In case of teamwork on the development of a warehouse in structures, transportation routes or inventory management schedules it is possible to maintain the original Scrum workflow synchronized with native logistics cycles: replenishment periods, order fulfillment time, etc. Providing usable results (reports and decisions) with Scrum methodology as fast as possible and then providing additional enhancements to them in iterations can facilitate flexibility of the supply chain and improve the responsiveness of management.

WILL BLOCKCHAIN MEET THE OBJECTIVES OF SUSTAINABLE MANAGEMENT?

Krasnokutska N., Adiguzel K.

National technical university «Kharkiv polytechnic institute», Kharkiv

Blockchain is a new, astonishing and interesting technology that is becoming widespread in the digital world today. Due its capabilities and functions it allows its adapters and utilizers to run efficient, secure, transparent, visible, and low cost operations in the perceptive of data transfers and handling. External operations such as applications based and running on the Blockchain platform are enabling organizations and their management to benefit from those functions with ease and trust. With this aspect, it attracts the attention of researchers and organizations and leads the way of a new era in management.

According to the World Economic Forum, \$ 1.4 billion has been used for investment to Blockchain technology since 2013 [1]. A large part of this investment is concentrated in the financial sector in the form of Bitcoin followed by alternative digital currencies. However, the organizational or management functions of Blockchain does not attract the same level of attention yet. In such a case the creation of technologies that can affect organizational business life-cycle by the meaning of increasing capabilities and management functions, requirements and needs is one of the most promising aspects of Blockchain technology.

A Blockchain is a coded digital notebook or so called ledger stored and spread on decentralized multiple computers in a public or private network. It includes data records or "blocks". Once these blocks collected in a chain, they cannot be changed or deleted by a single player, that bring an ultimate security of information and trust to all parties involved into their communication [2]. Based on this, Blockchain can be considered as an essential tool for managerial decisions in the field of:

- 1) ensuring transparency;
- 2) elimination of fraud and manipulation;
- 3) improving forecasting capabilities;
- 4) increasing the confidence in information systems;
- 5) cost reduction.

Thus, Blockchain technology simplifies the management of reliable information, making it easier for organizations to access and use critical private or public sector data while maintaining the security of this information still without investing and operating huge and bulky centralized information systems.

References:

1. De T'Serclaes P. Blockchain could be the missing link in the renewable energy revolution / P. De T'Serclaes [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.weforum.org/agenda/2017/09/blockchain-energy-efficiency-finance/>
2. Olnes S. Blockchain in government: Benefits and implications of distributed ledger technology for information sharing / S. Olnes, J. Ubacht, M. Janssen // Government Information Quarterly. – 2017. – V. 34 (3). – P. 355-364.

CYBERSECURITY PRODUCT PROMOTION

Makarenko Anastasiya, Nevo Samuel Prosper

National technical university «Kharkiv polytechnic institute», Kharkiv

This paper provides an overview of cybercrime and cyber-security counteractions products promotion for the manufacturing company. It defines the concept of cybercrime, identifies reasons for cybercrime and its eradication. It looks at those involved and the reasons for their involvement. The paper also attempts to name some challenges of cybercrime counteraction products development, present practical and logical solutions to such products promotion.

From business, industry, government to not-for-profit organizations, the internet has simplified business processes such as sorting, summarizing, coding, editing, customized and generic report generation in a real-time processing mode. However, it has also brought unintended consequences such as criminal activities, spamming, credit card frauds, ATM frauds, phishing, identity theft and a blossoming haven for cybercriminal miscreants to perpetrate their insidious acts.

Over the years, the alarming growth of the internet and its wide acceptance has led to increase in security threats. Cybercrime is a threat against various institutions and people who are connected to the internet either through their computers or mobile technologies. In Nigeria today, several internet assisted crimes known as cybercrimes are committed daily in various forms such as fraudulent electronic mails, pornography, identity theft, hacking, cyber harassment, spamming, Automated Teller Machine spoofing, piracy and phishing. The exponential increase of cybercrime in the society has become a strong issue that should not be overlooked. The impact of this kind of crime can be felt on the lives, economy and international reputation of a nation. Therefore, this paper focuses on the cybercrime counteraction product promotion in Nigeria.

Cybersecurity product promotion strategies have particular features as each of the modifications has to be tailored for specific organization needs. These products feature less out-of-the-box strategies, and more of custom made ones. Such strategies help the designers of business solutions to differentiate their products, accentuate the value of their product and target specific needs of their customers. This is primarily B2B market, which dictates specific peculiarities of developed cybersecurity product promotion strategies. Thus, the paper offers an overview of valid cybersecurity product promotion strategies as well.

References:

1. Okeshola F.B. and Adeta A.K. The Nature, Causes and Consequences of Cyber Crime in Tertiary Institutions in Zaria-Kaduna State, Nigeria American International Journal of Contemporary Research, 2013, vol. 3(9), p. 98-114.
2. B. A. Omodunbi, P. O. Odiase, O. M Olaniyan and A. O. Esan. Cybercrimes in Nigeria: Analysis, Detection and Prevention. FUOYE Journal of Engineering and Technology, 2016, vol. 1 (I. 1), p. 37-42.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ASSESSMENT: APPROACHES AND CHALLENGES

Nashchekina O.N.¹, Timoshenkov I.V.²

¹ *National technical university «Kharkiv polytechnic institute», Kharkiv*

² *V. N. Karazin Kharkiv national university, Kharkiv*

Being an umbrella concept, corporate social responsibility (CSR) manifests in different forms and extends to a great number of activities ranging from donating to local charities to utilizing energy efficient technologies. In the recent decades, much has been done both by academics and practitioners to bring structure to the versatile field of CSR, including the attempts to develop of a system of metrics for measuring CSR performances of organizations.

CSR assessment is closely associated with CSR reporting through which companies communicate their achievements in CSR sphere to their stakeholders. As CSR has been progressively institutionalized, different frameworks, guidelines, and standards have been developed, which organizations can use to make their CSR assessment and reporting more comprehensive, ordered, and systematic. Among them are Triple bottom line framework, Global Reporting Initiative guidelines, ISO 26000 and AA100 standards, the Global Compact framework, just to name a few.

One of the major questions related to CSR assessment is whether CSR should be assessed and reported separately from business activities (financial vs non-financial reports) or an integrative approach should be applied. In other words, whether economic, social, and environmental bottom lines should be assessed independently or it is more appropriate to use multi-criteria analysis of overall organizational performances, the latter representing a holistic approach to business. Making significant contributions to solving social and ecological problems may undermine the economic viability of business, if economic, social and environmental goals are not aligned. Finding a reasonable compromise between these three groups of goals and securing a long-term sustainability of business is much more important than dedicating substantial resources to supporting social causes and environmental initiatives today and possibly compromising the existence of the business tomorrow. Any organization has multiple stakeholders, both internal and external, and their interests, often conflicting, need to be reconciled.

Integrating CSR indicators into a company's balanced scorecard (BSC) is one of the ways of aligning multidimensional goals and short- and long-term performances. CSR-related targets can be added to each of the four groups of indicators in the traditional BSC model or comprise a separate (fifth) group of indicators. In this connection it is very important to choose relevant key performance indicators.

CSR performances can also be assessed externally, by independent agencies. For example, companies with outstanding CSR performances can be included in sustainability indices, both global and regional, such as Dow Jones Sustainability Index family, FTSE4Good Index series, S&P 500 ESG Index and others. The inclusion of companies in these indices is based on the corporate sustainability assessment embracing economic, social, and environmental dimensions, and thus can be regarded as an integrative assessment of companies' performances.

PECULIARITIES OF BUSINESS COMMUNICATION IN REALIZATION OF ENTERPRISE FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES

Novik I.O., Herashchenko J.M.

National technical university «Kharkiv polytechnic institute», Kharkiv

The active foreign economic activity of the enterprises which have developed in recent years, has small dynamic development which, unfortunately, was aggravated by the beginning of the economic crisis. Due to this, there are certain problems in the activity of enterprises, related, first of all, to the financial sphere and the ability of the enterprise to prove its competitiveness in the international markets. That is why the general economic tendencies of innovative development of the economy in the conditions of international integration require the definition of the peculiarities of business communication as in the conduct of business communication with foreign partners and the conduct of negotiations, as well as in the negotiations.

Business communication is a process. Based on the generalization of literary sources, we propose the following definitive term "communication" - it is a complex, multifaceted process of establishing that development of contacts between people, generating needs. Any kind of business activity in foreign economic activity foresees intense business communication with foreign partners, potential consumers and suppliers, numerous organizations, which provide post, transport. The success of any of these activities depends to a large extent on the art of the specialist, the proper accounting of the situation, the peculiarities of the business partners, the correctness of the choice of strategy and tactics of business communication, the degree of preliminary preparation. Foreign economic activity today is a constituent of a larger number of all enterprises that are engaged in various branches of industry. Exit to the overseas markets, the conquest of new segments of consumers, the promotion of new, innovative or already existing goods, the expansion of the scope of its activities, etc. - all this foreshadows business communication with business partners.

National peculiarities and cultural differences of partners influence business relations not only in the case of conflict between the parties. The difference of mentality sometimes not only allows to negotiate effectively and effectively, but even to begin with them.

Today, the framework for business communication with foreign partners is expanding significantly. An integral component is advertising, secular communication and meetings with foreign partners in a non-business environment. The success of the enterprise, the case or the project is largely dependent on the ability to present their positions in the most favorable light, to seek a partner, to influence his decision, to create a favorable impression. Possession of all genres of business communication and understanding of their peculiarities is within the professional competence of the manager and the manager, who set their purpose to achieve the goal in a the best way and think not only of today's success, but also of prospects. Therefore, you can be confident in further disseminating research in this direction.

PROMOTION OF AGRICULTURAL DEVELOPMENT IN NIGERIA: THE BUSINESS CASE FOR CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Nwafor F.N.

National technical university «Kharkiv polytechnic institute», Kharkiv

Corporate social responsibility (CSR) can be broadly defined as an obligation of a company's management to take actions that contribute not only to the company's profit but also to society well-being. Companies can improve the welfare of society in different ways – through donating to charities, supporting non-profit organisations, implementing environmental protection initiatives and so on. For the last two decades the popularity of CSR has been on the rise, which accounts for the growing interest of both practitioners and scholars in understanding this phenomenon. As a result, a number of CSR-related concepts have emerged, e.g. corporate citizenship, corporate philanthropy, and the relatively recent corporate shared value. The latter concept is based on the assumption that interests of organizations and communities within which they operate are intertwined and it is possible to create shared value. It means that helping to tackle societal issues, a company can benefit too by enhancing its competitive advantages, improving its reputation, and making profits. Thus, business organizations should seek creative ways of solving the problems of society, while remaining sustainable.

One of the most acute and pressing problems facing Nigeria today is the decline in the agricultural sector, and as a result a significant decrease in the contribution of agriculture to the Nigerian GDP and increase in prices of agricultural products, which are now being actively imported. Nigeria's poverty rate is on the rise, and one of UN's sustainable development goals “end hunger, achieve food security and improved nutrition and promote sustainable agriculture” by 2030 is relevant to some parts of Nigeria. Recognizing the urgency of tackling this socio-economic problem and the need to boost agricultural and rural development, some Nigerian companies implement CSR initiatives, which are mutually beneficial for rural communities and companies themselves. Such initiatives can be considered as shared value creation, because the involvement in solving social problems does not merely divert companies' resources from profit-making activities, but rather contributes to their long-term sustainability.

Agricultural sector in Nigeria, which has a considerable potential for profitable business activities, is represented primarily by small farmers who heavily depend on weather conditions and lack knowledge of up-to-date agricultural technologies. Large companies can enter the agricultural sector not only for making profits but for helping rural communities through creating jobs and decreasing the price of food due to the increased agricultural output, thereby creating shared value. One of the companies that successfully contribute to agricultural development through shared value CSR practices, thus setting a model example for others, is Lafarge Africa plc, a large cement manufacturer. The company created a farming division, training hundreds of local farmers on sustainable farming technologies, increasing agricultural production output, and improving the livelihood of local communities.

ORGANISZATIONAL DESIGN AS A MEANS OF MITIGATING THE PROBLEMS OF NIGERIAN TRANSPORT SYSTEM

Osondu Marvis .G.

National technical university «Kharkiv polytechnic institute», Kharkiv

The transport system is one of the valuable infrastructure in any given country or environment, but when it comes to Nigeria, it is one of the most neglected aspect economic growth and well being of the citizens. majority of Nigerian does not have access to good road nor a working and well coordinated transport system and security, mostly because of bad government and haphazard implementation of infrastructure and lack of maintenance programs.

Due to this negligence from the Nigerian transport system, millions of Nigerian faces difficulty to commute on a daily without the fear running late or facing possible road accidents.

Certainly organizations can not exist without a well fashioned organizational design, the main motives is aligning work within the division members of an organization. It enables the motives of working together and meeting the goal and objectives of the organization. Within this structural elements eg, departmentalisation, chain of command, centralisation and decentralisation and work specialisation.

Based on the research and analysis carried out in the transport sector, it was revealed that, obvious neglecting of responsibility is common, inefficient playing and distribution of work force, lack of funding and general low quality infrastructure.

In our opinion these are the characteristics of the Nigerian Transport system, Road security, infrastructure, maintenance.

It's obvious the transport system lacks the ability to create new infrastructure to eliminate congestion on the road, maintenance has been left out, it is nonexistent in the transport system. The current situation of the Nigerian transport system requires reorganization programs. Thanks to the adoption of this program, more roads will be built, a large number of railways will be built, and the maintenance team will conduct preparations and regular inspections. Improving the organizational design of the Nigerian transport system will help to raise it to a higher level, improving the economy and making life easier for people. This organizational design creates an avenue to initiate the investment in modern railroads, underground transport system (in major cities to eliminate overcrowding and trespassing) and a quality highway where safety will be a priority. Road security being one of the most vital parts of transport system is neglected leading to higher rate of road accidents and crime.

By adopting these methods of organizational structure it is sure to create a positive impact on the people's life and improve the general economy.

Reference:

1. DN Ashton-International journal of training and development, 2004 - Wiley Online Librar
2. LD Browning-Journal of Organizational Change Management, 1991 - emerald.com

THE SIGNIFICANCE OF THE SUSTAINABLE INNOVATION CONCEPT

Savchenko O., Ugur Turan

National technical university

«Kharkiv polytechnic institute», Kharkiv

Innovation, which is one of the keys to stand out in the competition race, is an essential tool on the road to sustainability. One of the most mentioned concepts of the past decades in terms of economic advantage was innovation. "Innovation", which we can describe as "innovation that brings economic success", is now known with the word "sustainability". Sustainable innovation goes beyond the concept of innovation in the classical sense and also considers social and environmental impacts. In order for a technological innovation that facilitates humankind lives to be accepted as a decent sustainable innovation, it has to consider not only the economic and vital benefits, but also the world. The concept points to social, environmental and economic dimensions. For instance, when it comes to packaging design, the easy-to-open cover can be considered an upright innovation, but it is not possible to talk about sustainable innovation if a material that is insoluble in nature is used when developing this cover or if extra energy is consumed during production (Kuzma et al., 2020). Sustainable innovation appears in many different cases that make our lives easier, protect the environment and serve the society. Technology that is developing rapidly every day also supports the studies carried out in this field. The number of innovative business ideas focusing on issues such as supporting renewable energy sources, using recycled materials, saving resources and energy is increasing day by day, in examples: Special window systems developed to reduce energy consumption in homes and change location according to sun and weather, Kiosks that allow recyclable waste to be collected more easily, Storage solutions that collect waste foods from restaurants and turn them into biogas, Anti-allergic carpets produced from recycled material etc.

To develop these motivating products, it is necessary to pay attention to many different criteria. Such are, minimizing the materials used in production, use of environmentally friendly materials, packaging and transportation solutions that do not increase the carbon footprint of the product, development of concentrated products for less consumption, designs that reduce energy consumption, the product is easily recyclable, paying attention to energy and resource efficiency in the production facility, ensuring employee safety, keeping in touch with all relevant stakeholders for the positive effects of products and production... Although sustainable innovation seems to be a process that requires more overtime with all these criteria, social, environmental and economic sustainability seems possible with new generation innovative ideas on the planet, where ecospheres resources are decreasing day by day (Whittaker, 2019).

References:

1. Kuzma, E., Padilha, L. S., Sehnem, S., Julkovski, D. J., & Roman, D. J. (2020). The relationship between innovation and sustainability: A meta-analytic study. *Journal of Cleaner Production*, 120745. <http://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120745>
2. Whittaker, A. (2019). Sustainable innovation - Addressing the world's great challenges. Retrieved from <https://www.businessgreen.com/sponsored/2395757/sustainable-innovation-addressing-the-world-s-great-challenges>

MODELING LOGISTIC BUSINESS PROCESSES AND THEIR IMPROVEMENTS

Sergienko O.A Ph.D. Khalchenko V., Shvets A.

National technical university «Kharkiv polytechnic institute», Kharkiv

According to statistics, most of the world's leading industrial companies are currently busy optimizing supply chain management. At the same time, the domestic industry has a significant delay in the modernization of logistics processes, as little attention is paid to both theoretical developments and specific practical innovations for optimizing supply chains.

The realities of modern enterprise development require the improvement of supply chain management tools as an integral part of product management and business processes as a whole. The paper proposes a systematic simulation of a supply chain management-distribution simulation model

Stage 1: construction of structure of supply-distribution chains to enterprises.

S2: structuring of logistics business processes and their modeling.

S3: development of scenarios of optimization of supply-chain distribution chains, levels) interaction between consumers and suppliers.

SCOR-model of logistic management system in terms of business processes aimed at solving the problems of integrated management of supply, production, distribution and coordination of logistics with suppliers, consumers and logistics intermediaries.

Built SCOR-model allows to simulate different scenarios for the organization of supply chain management and to monitor the dynamics of business processes by regulating, coordinating and optimizing the existing logistics system. Using the built-in model based on the proposed toolkit and their subsequent monitoring and control, detailed forecasts can be obtained and targeted operational actions can be taken to respond to changes, which will optimize the processes of supply chain management, increase the level of organization management of the company and corporate integrated information systems.

The results of a study to improve the organization of business processes management of production and supply-distribution may find practical application in the food industry.

References:

1. Alekseev A. Функціональне моделювання ділових процесів [Electronic resources] – Access mode: <http://easy-code.com.ua>
2. Reshetnik M. Оцінка витрат та ефективності функціонування логістичної системи підприємства. – [Electronic resources]. Enterprises system access mode: http://www.itkor.ru/articles/pdf/risk1_031.pdf
3. Chechet A. Сучасні тенденції управління ланцюгами поставок / А. Chechet // Вісник НТУ. – 2012. – Вип. 26. – С. 351–354.

EFFICIENCY OF INNOVATION ACTIVITIES IN TRADE

Shapran E.M., Kolochko K.

National technical university «Kharkiv polytechnic institute», Kharkiv

Innovation is of particular importance in a modern market economy. Innovations determine commercial success in the future. In fact, innovations are, on the one hand, indicators of competitiveness of the enterprise, on the other - they ensure this competitiveness .

Innovation in manufacturing enables merchants:

- to ensure the efficiency and quality of the process of bringing the goods to the consumer;
- to minimize costs and reduce losses in the retail space, warehouses, commercial equipment;
- implement various information technologies to reduce paperwork and minimize errors in the result of the influence of human factor;
- to create the necessary working conditions for staff to improve its performance;
- to create security and energy saving.

The General principle of the performance evaluation is the comparison of result and costs the estimated period. Thus, it is possible to calculate the integral effect, which represents the amount of difference of cost for the billing period is given to one, usually the initial year, that is, with discounting outcomes and costs:

$$E_i = \sum_{t=0}^{T_p} (R_t - E_t) a_t$$

where T_p - estimated year;

R_t - the result in the t-th year;

E_t - innovation expenditures in t-th year;

a_t - discount factor (the discount factor).

That is, E_i is an integral net income. In assessing the overall effectiveness of the innovation project in addition to the mapping relations outcome/costs, we need to compare received results with the results from using other similar designation options of innovation.

References:

1. Ващенко Н. Сутність інновацій торговельного підприємства / Н. Ващенко // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2014. – №1 (28). – С. 369-381.
2. Торівля, комерція, підприємництво : збірник наукових праць / [редакц. кол.: Апопій В. В., Дайновський Ю. А., Скибінський С. В. та ін.]. – Львів: Львівська комерційна академія, 2011. – Вип. 12. – 144 с.
3. Innovation in retail [Електронний ресурс] / Gareth Jude // Бізнес інсайдер. – Режим доступу : <http://www.businessinsider.com>.

TRENDS IN THE HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT IN CONSTRUCTION

Smachylo V.V., Nalyvaiko T.L.

Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture, Kharkiv

The construction industry has historically been one of the leading industries in any country of the world. The average share of construction in the GDP of European countries is about 6%, namely: in the UK – 5.6%, in France and Germany – 7.8%, in Poland – 9% [1, 2]. In Ukraine, unfortunately, the share of construction industry in GDP is decreasing. If in 2008 the share of the construction sector amounted to 5% of GDP of the country, in 2010 it decreased to 3.28%, then, in 2019 was about 2.2% [3].

The development of construction industry personnel is hampered by a number of problems caused by both the socio-economic situation in the country as a whole and the specifics of the construction sector (wide specialization of work, extensive diversification of projects, lack of practical training of specialists, a considerable number of contractors, etc.).

The analysis of the main indicators in the field of labor, as well as the dynamics of economic development of construction, which is manifested by the volume of construction work completed, allows to form such conclusions as to the state of the quantitative basis of personnel potential in the field of construction, as well as to identify the main trends.

First of all, it should be noted a negative tendency to decrease the number of employed in the construction sector (-20.46% for the analytical period), which corresponds to the national trend, but with a higher level of decline (-15.06% in Ukraine). At the same time, the results of 2018. showed a positive tendency to increase the number of people employed in construction (+ 3.26%) compared to the situation in Ukraine as a whole (+ 1.27%). This is related to the understanding of the situation on the labor market by employers - personnel hunger can only be eliminated by retaining workers in Ukraine by raising wages and creating appropriate working conditions.

The opposite dynamics is demonstrated by an important indicator in the labor sector - the level of remuneration - which is growing at a higher rate in construction (+ 208.49%) than in Ukraine as a whole (+ 191.5%). At the same time, the level of wages in construction is lower during the whole analytical period compared to the national level (it ranges from 83.62% to 88.50% with a maximum value of 91.28% in 2016).

Such dynamics indicate that the level of remuneration in construction is rather low in comparison with other spheres of activity and does not play a sufficient motivational role that contributes to the leaching of human resources through labor migration outside Ukraine.

References:

1.Grishina O. (2016) Ukrainskikh stroiteley spasayut fermery i tovgovtsy [Ukrainian builders rescue farmers and traders]. Retrieved from <https://ubr.ua/market/real-estate/ukrainskih-stroitelei-spasaut-fermery-i-torgovcy-456552>. 2.Kushnir I. (2018) Dolya stroitel'stva v VVP znachitel'no nizhe potentsiala [The share of construction in GDP is much lower than the potential]. Retrieved from <http://abcnews.com.ua/ru/news/dolia-stroitelstva-v-vvp-znachitelno-nizhe-potentsiala-igor-kushnir>. 3.Official site of the State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tr.htm.

FEATURES DIFINITION OF THE TERM OF "ENVIRONMENTAL AUDIT"

Vysochyna A.V., Tenytska I.A.

Sumy State University, Sumy

In the context of the global environmental crisis, which is currently one of the most real threats to humanity's existence, protecting and improving the quality of the environment is recognized as one of the world's key tasks. These tasks have huge importance and are prerequisites for humanity's existence. Therefore, foreign scientists argue that one of the effective mechanisms for environmental control and management is environmental audit. Based on the foreign definitions of the term "environmental audit" it is formulated own definition of the concept of "environmental audit" as a management tool designed to inspect the activities of the company in the field of environmental protection, which serves to implement the latest environmental technologies to reduce harmful anthropogenic impact on the environment.

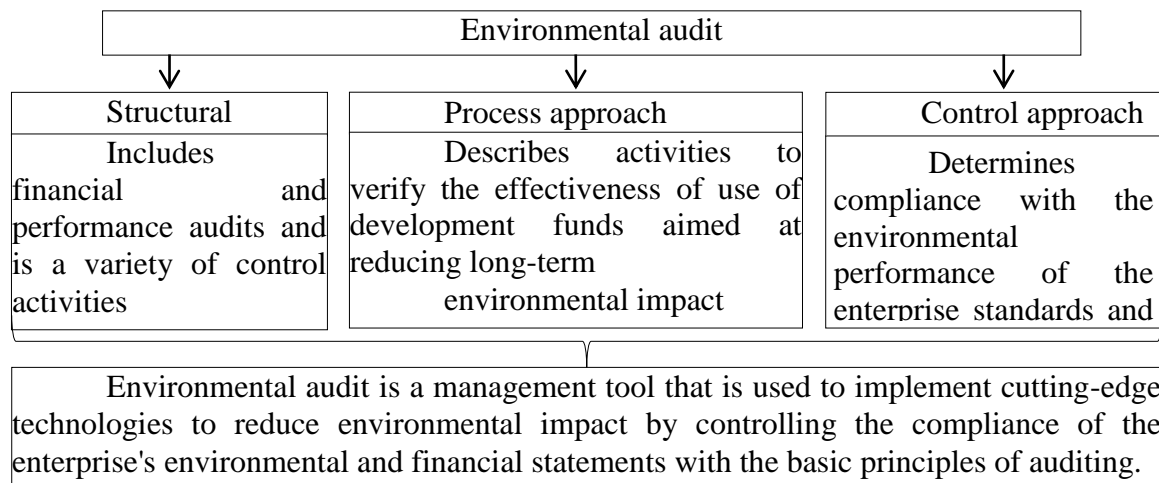


Figure 1 - Structuring approaches to interpretation the concept of "environmental audit"

Source: developed by the authors

Therefore, the concept of environmental audit has evolved to address broader issues than simply adherence to legislation and regulation of environmental processes. The use of environmental auditing reflects the broadening of organizations' attitudes towards environmental issues in general and the increasing pressure from investors, insurers, consumers and other stakeholders. Therefore, environmental audit is playing an increasing role in managing the organization worldwide, and in some countries governments have made (or are considering implementing this practice) legal requirements for its compliance.

The paper was supported by the Ministry of Education and Science of Ukraine and performed the results of the project "Structural-functional multiplex model of ecological tax system building in Ukraine in the context of national security" (registration number 0119U100759).

References:

1. Zhang Y. Discuss on environmental audit. *Communication of Finance and Accounting*. 1996. № 6.

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ШЛЯХОМ ВИКОРИСТАННЯ ПРОЄКТНОГО УПРАВЛІННЯ

Абуд Ахмад Халіль Абуд, Брінь П.В.
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Сьогодні все більше і більше підприємств намагаються використовувати такий засіб підвищення конкурентоспроможності підприємства як проєктне управління. Основною відмінністю такого способу побудови бізнесу є поділ господарської діяльності на модулі – проєкти - документально оформлені, обмежені у часі комплекси дій, які спрямовано на досягнення відповідних цілей та/або унікального результату за умов забезпечення обмеженим набором ресурсів [1]. Як правило, реалізація проєкту пов'язана з підвищеним рівнем ризику, оскільки кожен проєкт є унікальним відносно хоча б однієї з його характеристик. Невизначеність збільшується також завдяки тому, що команда проєкту формується спеціально для нього і припиняє своє існування після його завершення.

Проєктний управлінський підхід надає бізнесу певні переваги. Основною перевагою є суттєве зменшення кількості результатів, які було отримано поза запланованим часовим графіком. Додатковими позитивними рисами проєктного управління є більш чітке визначення пріоритетів діяльності компанії; однозначне формулювання місії та очікуваних результатів; підвищення ефективності використання обмежених ресурсів; облік можливих ризиків і пошук шляхів їх зменшення; обґрунтування відповідних критеріїв оцінювання успішності роботи кожного з учасників проєкту та компанії у цілому; підвищення рівня мотивації персоналу.

Існує велика кількість різноманітних видів проєктів [2], втім слід зазначити, що організація проєктного управління є можливим лише для певних компаній, у діяльності яких можуть бути виділені певні унікальні елементи та діяльність яких характеризується певним рівнем дискретності.

Однією з останніх тенденцій у галузі проєктного менеджменту є поділ організацій не лише на дві групи (проєктні та непроєктні), а виділення третьої групи гібридних організацій [3], тобто таких, в яких проєктний менеджмент може використовуватися хоча б в окремих підрозділах або функціональних зонах.

Література:

- 1 Брінь П.В., Абуд Ахмад Халіль Абуд Сучасне трактування поняття «проєкт» та його відмінність від бізнес-процесу// Науково-практичний журнал "Причорноморські економічні студії".- 2019. Випуск 48-2, С. 20-26.
- 2 Брінь П.В., Абуд Ахмад Халіль Абуд Багаторівнева класифікація проєктів за абсолютними та відносними ознаками // Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор».- 2019.- Випуск 6 (55).- С. 46 -51.
- 3 Kerzner H. Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling. John Wiley & Sons, 2017. 814 p.

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПАТ «ОКЗДХ»

Аверіхіна Т. В., Аверіхін М.М.

«Одеський національний політехнічний університет», м. Одеса

В роботі розглянуто питання удосконалення механізму управління конкурентоспроможністю ПАТ «Одеський завод дитячого харчування», що потребують реорганізації та удосконалення для більш ефективного функціонування та забезпечення стійких конкурентних переваг підприємства як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках.

З метою забезпечення принципів формування системи стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства ПАТ «ОКЗДХ» та вирішення перерахованих завдань необхідно створення спеціалізованих підрозділів в рамках структури управління підприємством по збору та аналізу інформації про зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства торгівлі, а також розробці обґрунтованих управлінських рішень [1].

Такими підрозділами повинні стати – відділ маркетингу, який відповідає за збір і первинну обробку необхідної інформації про зовнішнє середовище і конкурентів, відділ стратегічного управління по оцінці конкурентоспроможності, аналізу умов зовнішнього середовища і розробці управлінських рішень в напрямку підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства, а також відділ зовнішньоекономічної діяльності, що буде забезпечувати управління експортним потенціалом підприємства і створення конкурентоздатної продукції; виконання зобов'язань перед іноземними партнерами [2].

Процес удосконалення механізму управління конкурентоспроможністю підприємства ПАТ «ОКЗДХ» передбачає використання відповідного інформаційно-методичного інструментарію, що включає:

– інформаційну базу, що дозволить здійснювати аналіз і оцінку конкурентоспроможності підприємства на внутрішньому та зовнішньому ринках;

– приватні, узагальнюючі і консолідовані показники конкурентоспроможності підприємства ПАТ «ОКЗДХ»;

– шкалу оцінок позицій підприємства ПАТ «ОКЗДХ» відповідно до рівня конкурентоспроможності та його основних конкурентів;

– матрицю «привабливість ринку – конкурентоспроможність підприємства ПАТ «ОКЗДХ»»;

– алгоритм оцінювання конкурентоспроможності підприємства харчової промисловості.

Література:

1. Менеджмент зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності (для магістрів): навч. посібник / За ред. К. В. Ковтуненко. – К. : ЦУЛ, 2018. – С. – 505

2. Аверіхіна Т.В. Аналіз передумов виходу вітчизняних підприємств харчової промисловості на міжнародні ринки / Т.В. Аверіхіна, М.М. Аверіхін // Економіка, фінанси право. – 2018. – № 6/5 – С. 9– 12.

ОЦІНКА СПІЛЬНОСТІ УПРАВЛІНСЬКОГО І СТАТИСТИЧНОГО ОБЛІКУ

Александрова В.О., Кремендюк В.В.
*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Управлінська та статистична звітність є похідними важливих частин єдиної інтегрованої інформаційної системи організації.

Особливе значення звітності полягає в тому, що вона є базою для аналізу господарської діяльності організації, а також вона є важливим джерелом інформації про результати діяльності організації, служить засобом і знаряддям контролю і керівництва її діяльністю.

Широке використання статистичних методів (методи накопичення, вибірки, угруповання, класифікації, порівняння і т.п.) при складанні управлінської звітності є об'єднуючим моментом управлінського і статистичного обліку. При оцінці ресурсів, витрат і результатів поточної діяльності організації, для прогнозування зміни основних фінансових показників застосовуються методи статистики.

Конкретні результати, отримані за допомогою статистичних методів, покликані служити керівництвом для ухвалення управлінських рішень.

Єдність вживаних статистичних методик тісно пов'язана з тим, що обидва обліки, і управлінський, і статистичний, створені для вирішення завдань, в яких досліджувані чинники носять імовірнісний характер.

Спільність статистичного і управлінського обліку також полягає в тому, що як в одному, так і в іншому разом з грошовими вимірниками застосовуються натуральні. Грошовий вимірник відіграє важливу роль, але натуральні, кількісні і якісні характеристики об'єктів дають ширші можливості в ухваленні управлінських рішень.

На завершення потрібно відмітити, що основними принципами управлінського обліку є своєчасність, одноманітність, доцільність і регулярність отримання інформації керівництвом підприємства. Інформація має бути релевантною мети, для досягнення якої вона надається.

Література

1. Александрова В.О. Організація стратегічного управлінського обліку: міжнародний досвід. Труди XV-ої Міжнародної науково-практичної конференції «Дослідження та оптимізація економічних процесів «Оптимум – 2019» 4-6 грудня 2019 р., НТУ «ХПІ». – С. 54-55.

2. Александрова В.О. Використання статистичних методів в економічному аналізі. Наукове видання Тези доповідей XXIV Міжнародної науково-практичної конференції – 2016 У чотирьох частинах Ч. III

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В СУЧАСНОМУ ЕЛЕКТРОНОМУ БІЗНЕСІ

Алфімцева О.І., Потапенко С.В., Літвиненко М.В.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Розвиток Інтернету призвів до значних змін, як у реальному, так і в електронному бізнесі. У низці регіонів світу Інтернет давно вже замінив телебачення, телефонію, пошту і навіть живе спілкування. І якщо модель існування суспільства і економічний стан людства різко не зміниться, то більшість виробничих та сервісних компаній просто припинять фізичне існування своїх front-офісів, перевівши їх у віртуальний світ.

В ході дослідження суті та особливостей маркетингу в сучасному електронному бізнесі зроблено висновок, що сьогодні для компаній, що ведуть свою діяльність у Інтернет-просторі, присутність в соціальних медіа стала, по суті, обов'язковим елементом в маркетинговій діяльності. Кінцева мета соціальних мереж – стати не просто засобом соціальних комунікацій із суспільством, а досягнення бізнес-цілей – формування потреби в послугах, генерація лідів і продажу на «фініші».

Дослідження проведено на прикладі Q-SEO Digital Agency, яке займається створенням і просуванням сайтів будь-якої складності і тематики SEO. Студія Q-SEO пропонує широкий спектр послуг, індивідуальний підхід до кожного клієнта, прозорість відносин і багаторічний досвід фахівців, кожен з яких є експертом у своїй галузі.

По результатах PEST та SWOT аналізу зроблено наступні висновок, що основною конкурентною перевагою компанії є компетенції і можливості реалізації комплексних завдань з просування і продажів. Дана перевага – відмінна риса Q-SEO Digital Agency, оскільки конкуренти не використовують комплексне просування і продаж при роботі з клієнтами, а працюють по шаблонного варіанту лише просування в Інтернеті. Також наявність у компанії активної потенційної бази клієнтів є безперечною перевагою. Інформація щодо реальних підписників дозволить ефективно налаштувати Інтернет-рекламу, що підвищує показники результативності маркетингової діяльності агентства, дозволяє розширити свій охопит аудиторії і сприяє залученню нових клієнтів.

Враховуючи все вище сказане та актуальність ведення бізнесу через Інтернет для Q-SEO Digital Agency запропоновано підвищити ефективність своєї підприємницької та маркетингової діяльності шляхом створення креативних продажів через Інтернет-простір у сфері імпульсних покупок.

Література:

1. Armstrong G. Marketing: An Introduction 12-th ed. / G. Armstrong, P. Kotler. – Pearson, 2015. – 673 p.
2. Літвиненко О.О. Реалізація підприємницького потенціалу шляхом спроби створення першого власного бізнесу / Літвиненко О.О., М.В. Літвиненко // Вісник НТУ «ХПІ». – Х.: НТУ «ХПІ». - 2018. № 48(1324). – С. 53-59.

МОДЕЛЬ ПРОГНОЗУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВА**Андренко О.А, Мордовцев С.М.****Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова,
м. Харків**

При оцінці і прогнозуванні економічного розвитку промислових підприємств все частіше використовуються математичні моделі, які побудовані з використанням теорії нечітких множин. У роботах [1, 2], шляхом використання трикутних і симетричних гаусових функцій приналежності, визначено інвестиційний ризик для всіх можливих випадків взаємодії функцій приналежності, що характеризують досліджуваній показник і граничне значення. Узагальнення наукових досліджень, дозволило зробити висновок про доцільність використання асиметричної гаусової функції приналежності. Для прогнозування рівня ризику розглянуто два нечітких множини: E – передбачуване значення досліджуваного показника, що характеризує інвестиційний проект; B – показник, що характеризує граничні умови проекту. При виконанні нерівності $E < B$ проект вважається неуспішним.

Пропонується використовувати асиметричні гауссову функції приналежності μ , перевагою яких є їх безперервність і диференційованість.

$$\mu_E = w_1 e^{-\frac{(E-E_0)^2}{\lambda_{E1}^2} \ln \alpha_0} + (1-w_1) e^{-\frac{(E-E_0)^2}{\lambda_{E2}^2} \ln \alpha_0}; \quad \mu_B = w_2 e^{-\frac{(B-B_0)^2}{\lambda_{B1}^2} \ln \alpha_0} + (1-w_2) e^{-\frac{(B-B_0)^2}{\lambda_{B2}^2} \ln \alpha_0}, \quad (1)$$

де $E_0; B_0$ – модальні значення функцій, які відповідають $\sup(\mu_E) = 1; \sup(\mu_B) = 1$; $\lambda_{E1}, \lambda_{E2}, \lambda_{B1}, \lambda_{B2}$ – параметри, що задають вузлові ліву і праву точки функцій приналежності ($\lambda_{E1} \neq \lambda_{E2}, \lambda_{B1} \neq \lambda_{B2}$), що обмежують її носій; α_0 – мінімальний рівень зрізу; $w_1 = \begin{cases} 1, & \text{якщо } E \leq E_0 \\ 0, & \text{якщо } E > E_0 \end{cases}; w_2 = \begin{cases} 1, & \text{якщо } B \leq B_0 \\ 0, & \text{якщо } B > B_0 \end{cases}$

Розглянуто випадок взаємного розташування функцій приналежності, що має практичне значення. Досліджено залежність підсумкового інвестиційного ризику R від значення B_0 . Отримано очікуване значення інвестиційного ризику

$$R = \frac{1}{d_E} \left[\sqrt{\pi} (B_0 - E_0) \cdot \beta_0 \cdot \operatorname{erf}(z) \Big|_{\beta_0} + \frac{1}{2} (\alpha_{11} - \alpha_0) (2\lambda_{E1} + \lambda_{B2} - \lambda_{B1}) \right] + \frac{1}{2d_E d_B} \left[(B_0 - E_0)^2 \ln(\alpha_0) \cdot \operatorname{li}(z) \Big|_{\alpha_{11}} + d_{EB}^2 (\alpha_{12} - \alpha_{11}) + 2\sqrt{\pi} (E_0 - B_0) d_{EB} \beta_0 \cdot \operatorname{erf}(z) \Big|_{\beta_{11}} \right], \quad (2)$$

де $\beta_0 = \sqrt{|\ln \alpha_0|}; \beta_{11} = \sqrt{|\ln \alpha_{11}|}; \beta_{12} = \sqrt{|\ln \alpha_{12}|}; d_B = \lambda_{B1} + \lambda_{B2}; d_{EB} = \lambda_{E1} + \lambda_{B2};$

$\operatorname{li}(z) = \int_0^z \frac{d\alpha}{\ln \alpha} = \gamma + \ln |\ln(z)| + \sum_{k=1}^{\infty} \frac{\ln^k z}{k \cdot k!}$ – інтегральний логарифм.

Ризик-менеджер може самостійно встановити шкалу неприйняття ризику. Наприклад, якщо $R > 20\%$, - інвестування проекту визнається недоцільним.

Література:

1. Nedosekin A. Investment Risk Estimation for Arbitrary Fuzzy Factors of Investments Project / A. Nedosekin, A. Kokosh // International Conference on Fuzzy Sets and Soft Computing in Economics and Finance. – 2004. – Vol. 2. – P. 423-437.
2. Андренко Е.А. Прогнозирование инвестиционных рисков в условиях неопределенности / Е.А. Андренко, А.С. Мордовцев, С.М. Мордовцев // Бизнес Информ. – 2017. – № 4. – С. 113-118.

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ АГРОПІДПРИЄМСТВ

Андрос С. В.

Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», м Київ

Розкриті особливості формування інноваційно-інвестиційного потенціалу як напряму підвищення конкурентоспроможності агропідприємств. Розглянуто елементи інноваційного потенціалу та систематизовані напрямки їх впливу на формування інноваційно-інвестиційного потенціалу агропідприємств.

Перехід України на інноваційний шлях розвитку зумовлює динаміку економічного зростання і рівень конкурентоспроможності агропідприємств. Конкурентоспроможність агропідприємств обумовлена інноваційним розвитком. В умовах загострення конкуренції між компаніями, коли значимість природних конкурентних переваг нівелюється на користь придбаних, необхідний якісно новий підхід до формування інноваційного потенціалу підприємств, обумовлений їх готовністю і здатністю до використання інноваційних можливостей.

Традиційно для оцінки інноваційної діяльності агропідприємств використовують поняття «інвестиційний потенціал», який визначається як сума обсягів необхідного фінансового капіталу на реалізацію сукупності потенційних інвестиційних проектів. По-перше, таке визначення суперечить змісту поняття «потенціал» (наявність прихованих можливостей), воно в більшій мірі відповідає визначенню «потреба в інвестиційному капіталі». По-друге, таке трактування інвестиційного потенціалу статично детерміноване за своєю суттю. При більш глибокому розумінні стає очевидною динаміка потреби або зміна потреби в інвестиційних ресурсах як функції часу або випадковий характер обсягу необхідних ресурсів, що залежить, наприклад, від виду валюти і курсових коливань, і знаходить відображення в наступному визначенні інвестиційного потенціалу: сукупна можливість власних і залучених в агропідприємство ресурсів, здатних забезпечувати при наявності сприятливого інвестиційного клімату інвестиційну діяльність з певною метою і у відповідних масштабах.

Інвестиційний потенціал генерує додаткові можливості в управлінні інвестиційною діяльністю та створює об'єктивні умови для ефективного використання наявних і ймовірного додаткового залучення зовнішніх інвестиційних ресурсів. При цьому визначення інвестиційного потенціалу через мобілізацію можливостей створює об'єктивні умови для чіткого формулювання цілей і завдань інвестиційної політики як системного елементу стратегії розвитку агропідприємства. Крім того, конкурентоспроможність агропідприємств і швидкість їх акомодатії до зовнішніх умов є функцією ефективності інноваційної діяльності. Це говорить про те, що можливість ефективного управління інвестиційним потенціалом створює додаткові умови до управління інноваційним процесом і, як наслідок, визначає швидкість і ефективність інноваційного розвитку агропідприємства.

ПРОБЛЕМИ ПІДГОТОВКИ ДОКТОРІВ ФІЛОСОФІЇ В УКРАЇНІ

Антонюк В. П.

Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ

Перед Україною стоїть нагальне завдання забезпечення динамічного інноваційного розвитку, реалізація якого потребує наукових кадрів. Повноцінне відтворення кадрового потенціалу науки і освіти можливе лише за умови підготовки фахівців вищої кваліфікації, передусім докторів філософії в аспірантурі. У наукових установах готується 15-20% кадрів вищої кваліфікації, основна їх частина проходить відповідну підготовку у вищих навчальних закладах. Аналіз підготовки кадрів вищої кваліфікації в аспірантурі свідчить про зменшення обсягів її діяльності. За даними державної служби статистики чисельність аспірантур зменшилася за 2010-2018 роки майже на 20%, що обумовлено зменшенням кількості наукових установ та ВНЗ. Кількість аспірантів у 2018 р на 34% була меншою порівняно з 2010 р., а прийом до аспірантури скоротився на 33%. Прийом до аспірантури неухильно зменшувався майже впродовж усього досліджуваного періоду, однак найбільше скорочення – майже у 1,5 рази, – відбулося у 2016 році, що певною мірою обумовлено введенням в дію вимог нового Закону України «Про освіту». Це свідчить про різке звуження можливостей відтворення наукових кадрів вищої кваліфікації, основою якого є аспірантура.

У регіональному розрізі підготовка докторів філософії здійснюється дуже нерівномірно. Основними центрами, в яких сконцентровано підготовку є: м. Київ, де навчається 34,3% загальної чисельності аспірантів, Харківська обл. - 13,2%, Львівська - 8,2%, Одеська - 6,7% та Дніпропетровська - 5,4%, в них здійснювали навчання більше 2/3 усіх аспірантів 2018 року. Найменшу кількість аспірантів має Кіровоградська область - 0,5% від загальної кількості, у Миколаївській області їх частка складає 0,7%. Менше 1% аспірантів у 2018 р. мали 6 регіонів України - окрім названих це Житомирський, Луганський, Чернівецький та Чернігівський. За останні три роки має місце негативна динаміка кількості аспірантів у більшості регіонів. Найбільше скорочення було в областях, які мали мізерну кількість аспірантів - у Кіровоградській і Волинській на 27%, у Луганській - на 23%, у Миколаївській - на 24%. Також відбулося скорочення підготовки докторів філософії і в Києві - на 22%, в Одесі - на 12%, та у Львові - на 16%. Лише у 7 областях мало місце зростання чисельності аспірантів - у Закарпатській (на 44%), Сумській - на 33%, та невелике у Тернопільській, Хмельницькій, Чернігівській, Київській областях.

Зменшення обсягів підготовки наукових кадрів обумовлено низкою причин: зниженням престижності наукової діяльності в Україні; достатньо високими затратами на проведення якісного дослідження й оприлюднення його результатів; низьким технологічним рівнем економіки України та відсутністю потреби у формуванні і використанні кадрів вищої кваліфікації. Внаслідок цього значна частка талановитої, креативної та схильної до наукової діяльності молоді намагається виїхати для навчання та праці за кордон. Відбувається втрата людського капіталу України, що гальмує її інноваційну модернізацію. Усунення названих недоліків має бути пріоритетом кадрової політики держави.

ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Бабенко В.П., Клепікова С.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Кредиторською заборгованістю є заборгованість підприємства іншим підприємствам, організаціям, працівникам і особам; виконані роботи та отримані послуги [1; с.334].

Кредиторська заборгованість виникає з таких причин:

- зобов'язання оплатити постачальникам і підрядникам вартість отриманих від них у власність товарів, прийнятих робіт наданих послуг;
- зобов'язання оплатити комерційний вексель;
- зобов'язання сплатити гроші, передати майно, виконати роботи надати послуги дочірнім або залежним товариствам;
- зобов'язання здійснити оплату праці працівникам згідно з укладеними колективному і індивідуальних трудових договорів;
- зобов'язання перед іншими кредиторами [2; с.105].

В цілому можна сказати, що причиною появи кредиторської заборгованості є недостатнє фінансування. Залучення позикових коштів в оборот підприємства - явище, яке сприяє тимчасовому поліпшенню фінансового стану за умови, що вони не заморожуються на тривалий час в обороті і вчасно повертаються. Динаміка кредиторської заборгованості, її склад, структура і якість, а також інтенсивність збільшення або зменшення дуже впливають на фінансове становище підприємства.

Як показує практика, жоден економічний суб'єкт не може обійтися без, хоча б мінімальної, кредиторської заборгованості.

Для удосконалення управління може бути використаний один з наступних способів:

- регулярне відстеження співвідношення заборгованостей організації;
- здійснення контролю за погашенням прострочених зобов'язань;
- відстеження динаміки зменшення розміру залишилися боргових зобов'язань;
- профілактика, своєчасне виявлення і робота з усунення неприпустимих форм кредиторської заборгованості.

Література:

1. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет: Учебное пособие. - 4-е изд., перераб. И доп. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 640с.
2. Бухгалтерский учет: Учебник / под ред. Н.Н. Хохоновой. 2-е изд. - М.: Московские учебники. - 2011. - 380с.

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ

Бабенко К. Є.

Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків

Сучасний розвиток національної економіки супроводжується значними трансформаційними процесами, реформуванням територіально-галузевої структури господарства регіонів, нестабільними змінами соціально-економічного характеру. Необхідність вирішення актуальних проблем життєдіяльності держави, підвищення якості життя населення викликає появу нових завдань щодо пошуку ефективних інструментів забезпечення збалансованого економічного розвитку територій. З іншого боку, ефективне функціонування територій в Україні стає можливим також на основі формування дієвих державних механізмів управління, які будуть спроможні забезпечити сталий розвиток територій. Адже від їх наявності залежить якість і швидкість здійснення адміністративних змін в країні, відновлення та розвиток територій. В цій ситуації одним з дієвих інструментів стає стратегічне управління економічним розвитком територій, яке сприятиме досягненню пропорційних параметрів розвитку економічного потенціалу основного виробництва та виробничої інфраструктури.

Аналіз наукової літератури зі стратегічного менеджменту дозволяє виокремити певний концептуальний резерв для розробки аналітичних рамок щодо структур та процесів управління в динамічних регіональних економічних системах. На думку, Д. Бейкера та С. Хейнса, стратегічний менеджмент у цих складних системах полягає в управлінні гнучкими відносинами між зацікавленими сторонами у створенні системних потужностей для спільних потреб, обміну знаннями, виробництвом та розподілом суспільних цінностей [1; 3]. У свою чергу, робота Р. Стейсі та Д. Гріффін надає підґрунтя для роздумів про створення інституціональних умов підтримки стратегічного управління [4]. Слід зазначити, що головна мета стратегічного управління полягає у формуванні постійної прихильності до місії та бачення певної території (міста чи регіону), вихованні культури, яка підтримуватиме дисципліновану спрямованість щодо стратегічного порядку процесів прийняття рішень. Як заявив Дж Брайсон [2], стратегічний менеджмент полягає у аналізі існуючої ситуації в регіоні, з'ясуванні його спрямованості (пріоритетних цілей) та визначенні його можливостей (використання наявних інституційних, фінансових та людських ресурсів). Отже, для стабілізації виробництва та економічної сфери на рівні регіонів необхідною є активізація стратегічного підходу до управління.

Література:

1. Baker D. *Strategic Change Management in Public Sector Organizations*. Oxford: Chandos, 2007.
2. Bryson J.M. *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations: A Guide to Strengthening and Sustaining Organizational Achievement*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 2011.
3. Haines S. G. *The Systems Thinking Approach to Strategic Planning and Management*. Boca Raton, FL: St. Lucie Press, 2000.
4. Stacey R.D., Griffin D. *Complexity and the Experience of Managing in Public Sector Organizations*. London: Routledge, 2006

ДО ПИТАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Бабіч І.Є.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м.Харків*

В умовах наростання світової економічної кризи зростає значимість питань, пов'язаних з формуванням кінцевих результатів діяльності підприємства а, отже, максимізації його доходів і мінімізації витрат.

Фінансовий результат - це кінцевий економічний підсумок господарської діяльності підприємства, який виражається у формі прибутку (доходу) або збитку. Прибуток, як фінансовий результат, свідчить про успіх та ефективність підприємства. На зміну прибутку впливають зовнішні (екзогенні) і внутрішні (ендогенні) фактори. Умови, в яких доводиться функціонувати підприємствам в поточному періоді в усьому світі, характеризуються підвищеними невизначеністю і нестабільністю. Відповіддю бізнесу на такі зміни зовнішнього середовища в переважній більшості випадків є перехід до стратегії самозбереження, і це глобальна тенденція на сьогоднішній день.

Негативний вплив зовнішніх факторів на фінансові результати організації можна компенсувати лише частково. Це пов'язано з відсутністю можливості для господарюючого суб'єкта безпосередньо впливати на ряд природних і соціально-економічних умов, які формують підприємницьке середовище.

Реалії функціонування українських підприємств, крім загальносвітових тенденцій, характеризуються також рядом факторів, які визначаються специфікою стану вітчизняної економіки не тільки під час кризи, а й до його початку. Найочевиднішим і відчутним обмеженням, яке відчуває на собі кожне підприємство в період кризи (за рідкісним винятком), - це обмеження у фінансових коштах. Показники, які дають сигнал про проблему в області фінансів, - прибуток і грошовий потік. При пошуку шляхів поліпшення фінансового результату підприємства необхідно орієнтуватися, в основному, на внутрішні фактори, що впливають на величину прибутку.

Доцільними будуть наступні першочергові антикризові кроки в економічній сфері:

1. Державна підтримка вітчизняних виробників – оновлення основних засобів у пріоритетних галузях економіки (машинобудування, приладобудування, будівництво, енергетика).

2. Запровадження податку на виведений капітал на заміну податку на прибуток підприємств, що повинно призвести до збільшення обігових коштів підприємств, оновлення основних засобів.

3. Аудит прийнятих законів та підзаконних нормативно-правових актів з метою виявлення положень, які гальмують розвиток та створюють загрози для вітчизняної економіки.

СКОРОЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ ЗА ДОПОМОГОЮ ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМИ КАНБАН

Баранова Д.Г., Ковшик В.І.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Основною метою діяльності компаній є досягнення максимального прибутку, оскільки прибуток — це основа і джерело коштів для розвитку організації в майбутньому. В сучасних економічних умовах досягнення високої прибутковості компанії потребує оптимізації управління витратами та використання ефективних підходів до організації всіх бізнес-процесів, в тому числі логістичних.

Система Канбан є однією з перших спроб практичного впровадження концепції «точно в строк» («Just-in-time») корпорацією Toyota у 50-60 роки ХХ ст. Сутність системи Канбан полягає в тому, що на всі виробничі ділянки підприємства поставляється саме та кількість сировини, матеріалів, яка дійсно необхідна для стабільного випуску готової продукції. Засобом для передачі інформації про постачання певної кількості конкретних виробів служать спеціальні картки [1]. Впродовж багатьох років розвитку, такий метод став розвиненою системою. Але для ефективного управління ресурсами цього замало та необхідне впровадження нових технологій.

В сучасних умовах принцип впровадження системи Канбан залишається тим же: не допускати нестачі або надлишків складських запасів, затримок, черг або простою. Проте зараз реалізація використовує новітні інформаційні технології. На складах проваджуються системи, яка прискорюють працю людей. Так, замість карток, для скорочення часу пошуку потрібних позицій та трекінгу використовується система на основі радіочастотних міток (RFID). Інформаційна система враховує всі замовлення, транспортні шляхи, завантаженість постачальників та інші фактори для більш зваженого прийняття рішень та вибору найбільш оптимальних дій в кожному випадку.

В найбільш модернізованих складських приміщеннях операції роботизуються: робот на складі рухається між стелажми, швидко сканує мітки в пошуку потрібного, може автоматично зняти потрібні товари з полиць і привезти їх в зону відвантаження. При цьому зменшується витрати часу, витрати на персонал та обслуговування складу. Аналогічні технології на базі поєднання ІТ та системи Канбан можуть бути рекомендовані для застосування в процесі вдосконалення транспортної діяльності, виробничої логістики, тощо.

Таким чином, використання системи Канбан разом з інформаційними технологіями дає менеджерам більше інформації про матеріальні потоки та створює можливості для ефективного управління логістичною діяльністю і, як наслідок, зменшення логістичних витрат.

Література:

1. Линднер, М. Р., Фирон Х. Е. Управление снабжением и запасами. Логистика / Пер. с англ. СПб.: Виктория плюс, 2002. С. 248.

ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Барбанова І.С.

Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси

Інноваційний розвиток регіону як постійний процес метою якого є досягнення високої якості життя в регіоні на основі результатів наукових досліджень, конструкторських розробок з мінімальним збитком для навколишнього середовища і максимальним рівнем задоволення потреб населення, базується як і будь-яке інше явище на певних принципах.

Розглядаючи принципи інноваційного розвитку регіону потрібно розуміти, що вони формуються на основі певних закономірностей.

Закономірності інноваційного розвитку регіону:

- 1) розумне використання ресурсів (природних, матеріальних, трудових);
- 2) комплексно-пропорційний інноваційний розвиток всіх галузей економіки;
- 3) постійний інноваційний зв'язок інноваційного розвитку регіону з інноваційним розвитком країни;
- 4) зв'язок науки з виробництвом [3, с. 98-100].

Назвавши закономірності інноваційного розвитку регіону можна визначити основні його принципи.

Принципи інноваційного розвитку регіону:

1) принцип науковості – один з головних принципів основою якого є забезпечення виконання економічних законів, враховуючи реальні умови та особливості економіки які обумовлюють необхідність використання наукових досягнень;

2) принцип цілісної перспективи – розглядає досягнення добробуту регіону соціальний, екологічний та економічний його стан та швидкість зміни цього стану;

3) принцип врахування інноваційного потенціалу – спрямований на забезпечення ефективної взаємодії та задіяння всіх наявних і виявлення прихованих можливостей учасників інноваційного розвитку в регіоні на всіх етапах його реалізації;

4) принцип визначення перспективи – забезпечується за допомогою визначення пріоритетів інноваційного розвитку регіону та врахування їх особливостей визначення основних етапів інноваційного процесу;

5) принцип стратегічного спрямування – повинен забезпечити ефективне досягнення поставлених цілей в межах обраної стратегії [1 с. 10-11; 2].

Отже, для того, щоб досягти правильного та ефективного інноваційного розвитку регіону, необхідно дотримуватися основних принципів, які враховують науковий прогрес, глобалізацію економіки, дотримання тенденцій інноваційного розвитку країни та особливості самого регіону.

Література:

1. Peter Hardi and Terrence Zdan Assessing Sustainable Development: Principles in Practice / The International Institute for Sustainable Development 1997. p. 10-11.
2. Іщук, С. І. Регіональна економіка: Теорія. Методи. Практика: підручник / С. І. Іщук, О. В. Гладкий; Київський нац. ун-т. Київ: Знання, 2013. 447 с.
3. Основні принципи інноваційної діяльності. URL: <https://studopedia.org/5-15119.html> (дата доступу: 10.03.2020).

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА ФАКТОРИ, ЯКІ НА НЕЇ ВПЛИВАЮТЬ

Безугла Я.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Конкурентоспроможність підприємства – це його комплексна порівняльна характеристика, яка показує ступінь переваг над підприємствами-конкурентами по сукупності показників діяльності на окремих ринках та в певний проміжок часу. Актуальність теми обумовлена тим, що зацікавленість підприємств в результатах своєї діяльності підвищує конкурентоспроможність.

На сучасному етапі економічного розвитку конкурентоспроможність є важливим елементом економіки багатьох країн світу. Для забезпечення виживання підприємства в сучасних умовах, управлінському персоналу необхідно вміти реально оцінювати стан як свого підприємства, так і можливості потенційних конкурентів.

Основними умовами конкурентоспроможності є:

- 1) Застосування сучасних методів дослідження й розробок;
- 2) Розгляд взаємозв'язків функцій управління процесами на всіх стадіях циклу;
- 3) Застосування наукових підходів до стратегічного менеджменту;
- 4) Формування системи заходів для забезпечення конкурентоспроможності різних об'єктів.

Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства.

Зовнішні фактори – сукупність суб'єктів господарювання, економічних, суспільних та природних умов та інших умов та чинників, що діють у глобальному оточенні та впливають на функціонування підприємства.

Для аналізу зовнішніх факторів, найчастіше використовують PEST-аналіз (політичні, економічні, соціальні, технологічні фактори), SWOT-аналіз, який допомагає визначити загрози підприємству.

Внутрішні фактори – це контрольовані чинники діяльності підприємства.

До них відносяться:

- 1) Діяльність керівництва та апарату управління підприємства;
- 2) Система технологічного оснащення, яке забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства, підсилює внутрішню гнучкість підприємства;
- 3) Якість сировини, матеріалів, комплексність їх переробки та величина відходів;
- 4) Збут продукції, його обсяг та витрати на реалізацію.

Отже конкурентоспроможність підприємства характеризує можливість та ефективність його адаптації до умов конкурентного середовища. Чим ширше у підприємства набір конкурентних переваг тим більш сприятливі умови воно має для успішної діяльності на ринку.

РОЛЬ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Білих М.С., Лободзинська Т.П.

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», м. Київ

В умовах ринкової економіки підприємство є самостійним елементом економічної системи, взаємодіє з партнерами, бюджетами різних рівнів, власниками капіталу та іншими суб'єктами, залученими до фінансових відносин. Кожна подія господарської діяльності має відображення у бухгалтерському обліку.

Бухгалтерський облік – це процес виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення, узагальнення, зберігання та передачі інформації про діяльність підприємства зовнішнім та внутрішнім користувачам для прийняття рішень [1].

Для підприємств та організацій ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності є обов'язковим.

Щоб зрозуміти, яку роль бухгалтерський облік відіграє в сучасній системі управління підприємством необхідно розглянути його функції [2, 12]:

- Інформаційна функція виступає першоосновою функціонального апарату бухгалтерського обліку та передбачає систематизацію зареєстрованих в документах господарських операцій таким чином, щоб зацікавленим користувачам можна було отримати необхідну інформацію. Накопичення і фіксація узагальнюючої та аналітичної інформації про рух і стан майна, про джерела його формування відбувається саме в системі бухгалтерського обліку.

- Аналітична функція полягає в тому, що надана бухгалтерським обліком достовірна інформація використовується для аналізу виробничо-господарської та фінансової діяльності підприємства. Дані бухгалтерської звітності містять інформацію як мінімум за два найближчих звітні періоди, що дозволяє простежити динаміку окремих показників.

- Контрольна функція дозволяє визначити чи досягла організація своїх цілей. Контроль може бути поточний, попередній, заключний. Підсилює контрольну функцію функція забезпечення збереження власності. Допомогає реалізувати цю функцію інвентаризація розрахунків та майна підприємства, без чого, власне, втрачає сенс і ведення бізнесу.

Отже, формування на підприємствах системи бухгалтерського обліку є об'єктивною необхідністю, оскільки в будь-якого суб'єкта господарювання виникає потреба у накопиченні інформації, як із зовнішніх, так і внутрішніх джерел, з метою більш ефективного планування, контролю, аналізу та прийняття управлінських рішень у процесі ведення господарської діяльності та системі управління підприємством.

Література:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. 3 996-XIV зі змінами та доповненнями

2. Пантедєєв В.П. Облік у бюджетних установах [Текст]: навчальний посібник / В. П. Пантелєєв. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2016. – 280 с.

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВАЧІВ ЕКО-УПАКОВКИ¹ Біловодська О.А.

Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ

Упаковка товару все дедалі відходить від основної та першочергової функції - зберігання товару від якісних і кількісних втрат у процесі його збереження та транспортування, і стає повноцінним засобом комунікації між виробником та споживачем та може дозволяти повторне і багаторазове використання. Відповідно метою маркетингового дослідження щодо розроблення екологічної упаковки є визначення ставлення споживачів до цього та проведення аналізу їх готовності до змін.

Відомо, що найбільш сприйнятливими до екологічної продукції є молодь (частіше за все є новаторами та бажають спробувати щось нове, слідкують за модою та новинками) та вікова група 35+ (цікавляться здоровим способом життя, не стоять на місці, шукають можливості жити в стилі ЕКО) [2]. Тому опитування було проведено саме для цієї вікової групи. Соціально активні люди найчастіше надають перевагу соціальним мережам, тому опитування було вирішено провести у Facebook за допомогою платформи google forms.

Отже, згідно з визначеною цільовою аудиторією (населення України віком від 15 до 54 років), що становить 22564981 осіб [3] обсяг вибірки безповторним відбором для середньої [4] становить 800 осіб. Для формування структури вибірки застосовано неймовірнісний (невипадковий) метод – довільну вибірку. Для он-лайн опитування нами розроблено анкету, що містить 3 блоки запитань: блок для визначення факторів впливу упаковки на споживачів, блок для визначення ставлення споживачів до екологічної упаковки та соціально-демографічний блок. Он-лайн анкета була надіслана представникам цільової аудиторії в соціальній мережі Facebook.

За результатами опитування встановлено, що 88,9% споживачів звертають увагу на упаковку, вони надають перевагу білому, зеленому та блакитному кольорам, що вважаються найбільш актуальними для еко-продуктів. Крім того з'ясовано, що для формування ефективної упаковки потрібно враховувати вимоги ринку, законодавства та ретельно ставитися до викладеної інформації на упаковці, оскільки серед опитаних тих, що завжди читають інформацію – 53 %, час від часу – 37%, дуже рідко – 7 %, ніколи – 3%, достатньо важливою екологічною упаковкою вважають 51,1% респондентів.

Література:

1. Эко-тренды в упаковке и украинский рынок органических продуктов: обзор. URL : <https://koloro.ua/blog/brending-i-marketing/jeko-trendy.html> (дата звернення 17.02.2020).
2. Населення України у 2018 р. Статистичний збірник. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 17.02.2020).
3. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2002. 712 с.

¹ Публікація містить результати досліджень, проведених за держбюджетною науково-дослідною темою «Розроблення механізму комерціалізації інноваційної продукції» (0118U003572)

СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Бойко Р.В.

Хмельницький національний університет, м. Хмельницький

В роботі розглянуто питання стратегічного розвитку підприємств. Огляд сучасної методології стратегічного планування показав найменшу розробленість основного етапу стратегічного планування – формування стратегії розвитку підприємства. Визначення характеру стратегії розвитку підприємства – прийняття рішення щодо поведінки підприємства в зовнішньому середовищі й у своїй сфері діяльності здійснюється в кожному конкретному випадку індивідуально. Визначальним фактором в рішенні даної задачі є стратегічні цілі діяльності підприємства.

При формуванні стратегії розвитку підприємства виділено наступне:

– у зв'язку з відсутністю доступної методології стратегічного планування, на практиці здійснюється лише розробка бізнес-планів по окремих напрямках діяльності без формування цілісної стратегії розвитку підприємства;

– стратегічному плануванню притаманний ітеративний характер, у зв'язку з чим сформульовано специфічний для даного виду планування принцип ітеративності: необхідності повернення до вихідних передумов і кількаразової проробки тих самих питань доти, поки не буде розроблений цілісний реальний стратегічний план. Запропонована автором логічна модель процесу стратегічного планування дозволяє забезпечити економічність процесу стратегічного планування одночасно з його безперервністю, а також гнучкістю та оптимальністю стратегічного плану;

– визначено ряд специфічних факторів, що впливають на формування стратегії розвитку підприємств;

– процес вирішення проблеми може бути представлено у вигляді низки задач, що вирішуються послідовно. Використовуючи цей підхід до проблеми формування стратегії розвитку підприємства, автором структуровано цю проблему і представлено у вигляді логічного ланцюжка трьох задач;

– довгострокова привабливість НД складається з перспектив рентабельності і росту НД, а також потенціалу підприємства по кожному НД. Визначати її доцільно за допомогою запропонованого автором комплексного критерію, який є удосконаленням критерію оцінки привабливості СЗГ;

– формування проекту ділового портфеля складається з таких процедур: розробка моделі НД, формування групи експертів, генерація вихідних даних, верифікація моделі. Задачу формування проекту ділового портфеля підприємства раціонально вирішувати за допомогою комбінованого методу, який припускає послідовне використання двох експертних методів: Дельфі та комісії.

Отримані наукові результати дозволили розробити наступні практичні рекомендації: ранжувати форми реалізації стратегії розвитку підприємства за економічною ефективністю та ступенем ризику реалізації; запропонувати ряд НД у рамках відповідних форм реалізації стратегії, а також типовий склад параметрів для формування табличної моделі НД; розробити алгоритм рішення задачі формування проекту ділового портфеля підприємства.

СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Борзенко В.І., П'ятак Т.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Підприємство реалізуючи стратегію інноваційного розвитку повинно визначити патентну стратегію як один із основних напрямків діяльності. Наявність виключних прав на використання сукупності об'єктів в комерційній діяльності перетворює патентування в ефективний інструмент управління бізнесом [1]. Поряд з тим, патентування визначається як необхідний цілісний комплекс заходів, кожний з яких є невід'ємною частиною загальної стратегії діяльності підприємства. На основі проведеного детального аналізу перспектив промислового використання технічного об'єкту, визначається перелік задач які будуть вирішені підприємством за допомогою майбутнього патенту. Також необхідно відзначити, що технічне рішення протягом дії патенту має схильність видозмінюватися і доповнюватися. Через певний проміжок часу може виникнути ситуація, коли використовуване конкретне технічне рішення і запатентоване технічне рішення можуть суттєво розрізнятися і подальший захист виключних прав на нього можна вважати не доцільним. Світовий та вітчизняний досвід визначає використання патентів в залежності від їх комерційної цінності. За допомогою визначеної сукупності патентів підприємство створює цілу низку обмежень в діяльності конкурентів і визначає свої переваги і можливості в даному сегменті ринку. Створюваний таким чином інтегральний ефект, відображається в зміні економічних показників діяльності підприємства і підвищення його конкурентоспроможності. Методика кількісної оцінки інтегрального ефекту отриманого від реалізації патентної стратегії, ґрунтується на використанні узагальнюючих показників, які визначаються в залежності від задач бізнесу.

Для кількісної оцінки узагальнюючих показників при розробці патентної стратегії повинні бути проведені наступні заходи:

- визначені тенденцій патентування технічних рішень основними конкурентами;
- спрогнозовано можливе промислове використання конкурентами запатентованих технічних рішень;
- оцінено можливості конкурентів по створенню тотожних технічних рішень для обходу патентів.

Таким чином, запропонована методика може бути використана для підвищення ефективності стратегічного планування діяльності в умовах зміни попиту на товари підприємства на ринку, поведінки конкурентів при формуванні ціни на товари-конкуренти.

Література:

1. Борзенко В. І. Управління конкурентоспроможністю підприємства / В. І. Борзенко, Т. В. П'ятак, Міщенко В.В. // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2014. –№45(1088). – с.103-106.

ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Білоцерківський О.Б.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

У роботі наведено методику оцінки економічної ефективності впровадження інформаційних систем (ІС) у діяльність торговельних підприємств. Автором у попередніх роботах [1-4] було визначено найбільш оптимальну CRM-систему для управління торговельними підприємствами України: Terrasoft Creatio (bpm online до жовтня 2019 року), тому наступним етапом є оцінка ефективності впровадження цієї CRM-системи на торговельних підприємствах. Ефективністю ІС називається її властивість виконувати поставлені цілі й задачі (функції) у заданих умовах та із заданою якістю. Щодо CRM-систем, то ефективність CRM-стратегій визначається підвищенням результативності управління збутовою діяльністю. Методика оцінки економічної ефективності впровадження ІС містить такі етапи: 1) виявлення ключових факторів, що впливають на результативність CRM-системи, їх аналіз та оцінка; 2) розробка ключових показників ефективності КРІ на основі факторів, що впливають на результативність системи; 3) аналіз можливих змін ключових показників для кожного модуля CRM-системи, і прогноз їх динаміки в часі в міру впровадження системи; 4) оцінка ефективності проекту (через критерій повернення на вкладену суму ROI, чисту приведену вартість NPV, термін окупності проекту [5]). Зокрема, ROI – це відношення середнього збільшення прибутку, отриманого від впровадження CRM-технологій, до обсягу інвестицій: $ROI = (P_{crm} - P) / Z * 100\%$, де P_{crm} – прибуток, отриманий підприємством при впровадженні CRM; P – прибуток, отриманий без впровадження CRM; Z – витрати на реалізацію проекту.

Література:

1. Білоцерківський О. Б. Порівняльний аналіз інтелектуально-інформаційних систем управління торговельними підприємствами. *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я* : тези доп. XXVII Міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD-2019, 15-17 трав. 2019 р. Харків : НТУ «ХПІ», 2019. С. 97.
2. Білоцерківський О. Б. Використання CRM-систем для управління торговельними підприємствами. *Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво*. 2019. № 2(107). С. 190-194.
3. Белоцерковский А. Б. Рейтинговая оценка и выбор CRM-систем для управления торговыми предприятиями. *Интеллект XXI*. 2019. №5. С. 14-17.
4. Білоцерківський О. Б. Дослідження сучасного стану та програмного забезпечення торговельної галузі України. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. Економічні науки*. 2019. Вип. 36. С. 120-123.
5. Білоцерківський О. Б. Кількісне оцінювання ризику високотехнологічного проекту. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2016. Вип. 4(04), Ч. 2. С. 105-109.

ІННОВАЦІЙНА СПРИЙНЯТЛИВІСТЬ ПЕРСОНАЛУ ЯК ВЕКТОР РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Бойченко О.І.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

Інноваційна сприйнятливість як фактору впливу на поведінку персоналу, його активна роль в інноваційній діяльності промислового підприємства, яка в результаті приносить позитивний результат, підвищення прибутку, збільшення продажів і конкурентоспроможності промислового підприємства.

Інноваційна сприйнятливість персоналу – це усвідомлення і прийняття особистої відповідальності персоналом промислового підприємства за реалізацію можливостей інновацій (нововведень) і його активну участь в інноваційній діяльності промислового підприємства.

Ступінь розвиненості системи управління персоналом з точки зору забезпечення умови формування її потенціалу щодо забезпечення інноваційної сприйнятливості персоналу – це сукупність засобів підвищення усвідомлення, сприйняття та мотивації персоналу за рахунок впливу на рівень ефективності реалізації функцій та підсистем, що впливає на ефективність інноваційної діяльності промислового підприємства.

Вектор інноваційної сприйнятливості системи управління персоналом, можливо сформував потенціал системи управління персоналом на підставі «односпрямованих цільових заходів як фактор системного підвищення інноваційної сприйнятливості персоналу промислового підприємства в умовах забезпечення його ефективності на інноваційних ринках, що сприяє розвитку промислового підприємства».

Цільовий вектор інноваційної сприйнятливості системи управління персоналом – це напрям дії формування інноваційної сприйнятливості персоналу на основі інноваційно сприйнятливої підходу модернізації системи управління персоналом, який розглянемо нижче.

Література:

1. Дюжев В. Г., Бойченко О. І. Вплив на інноваційну сприйнятливість персоналу корпоративних соціальних мереж, на прикладі ПЗ Vitrix24, компанії ТОВ "ВО ОВЕН". Науково-практичний журнал Національної академії наук України "Наука і інновації" №2 2019.

3. Boichenko O.I. Koniaieva Y. Babenko V. Efficiency of human resource management in industrial automation enterprises with prospects of innovative susceptibility. Advances in Economics, Business and Management Research, volume 95. Netherlands : "Atlantis press", 2019. С 119-124.

4. Boichenko O.I. Koniaieva Y. Babenko V. Gusliev A. Increase of Innovative Susceptibility of Personnel in Industrial Enterprises. Advances in Economics, Business and Management Research, volume 99. Netherlands : "Atlantis press", 2019. С. 367-370.

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ФАКТОРАМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО ОРІЄНТОВАНОЇ ЕКОНОМІКИ: ПРОПОЗИЦІЇ НА МАКРО- ТА МІКРО-РІВНЯХ УКРАЇНИ, ІНДІЇ, АЗЕРБАЙДЖАНУ

**Бондар-Підгурська О. В., Шамсудін Башара Рафкана,
Шахвердієв Ельхан Валех огли**

***ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»,
м. Полтава***

В умовах зростаючої кількості внутрішніх і зовнішніх загроз вагомими резервами, заходами та напрямками підвищення ефективності управління інноваційними факторами сталого розвитку для формування соціально орієнтованої економіки України є сенс вважати: 1) *економічний аспект*: впровадження стратегічних і реактивних інновацій як антикризовий захід, використання науково-методичного підходу до оцінювання процесів модернізації промисловості, оптимізацію структури форм власності, розробку антикризового механізму державного регулювання економіки, механізму акумулювання та виділення коштів на дослідження та технологічний розвиток, систему управління комерціалізацією об'єктів інтелектуальної власності, розробку системи антикризового управління національною промисловістю; реінжиніринг оцінки ефективності інвестицій, гармонізацію національних і міжнародних стандартів якості; 2) *соціальний аспект*: впровадження механізму формування середнього класу, соціальної відповідальності бізнесу, профілактику соціального паразитизму, реалізацію навчання впродовж життя; формування морально-етичної національної еліти (ефективного істеблішменту) із числа новаторів і винахідників; 3) *екологічний аспект*: втілення заходів ресурсо-збереження, заощадження, модернізації (енерго- й інші).

На мікро-рівні з метою підвищення ефективності управління інноваційною діяльністю підприємств Індії є сенс запропонувати функціональний підхід, який полягає у синхронному виконанні процесів планування, організування, мотивації та контролю.

Поряд із цим, нині, в умовах дефіциту грошових засобів найбільш економічним може стати впровадження організаційних нововведень і застосування ситуаційно-ресурсного підходу, що підвищить конкурентоспроможність підприємств Азербайджану.

Розроблені заходи, напрями та резерви підвищення ефективності управління інноваційними факторами сталого розвитку у форматі формування соціально орієнтованої ринкової економіки України, а також надані пропозиції для підприємств Індії та Азербайджану сформуують надійну платформу для забезпечення соціальної стабільності на підставі підвищення рівня задоволення життєво важливих інтересів більшості населення країни.

Література:

1. Бондар-Підгурська, О.В. Науково-методологічні засади сталого інноваційного соціально орієнтованого розвитку економіки: монографія. Полтава: ПУЕТ, 2016. 531 с.
2. Бондар О.В. Менеджмент інноваційної діяльності машинобудівних підприємств. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.02 – підприємництво, менеджмент та маркетинг. Київський Національний університет ім. Тараса Шевченка. Київ. 2002. 20 с.

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ СТРУКТУРИЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ В НЕСТАБІЛЬНИХ УМОВАХ

Борблік К.Е.

ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь

Ринок туристичних послуг охоплює велику кількість економічних відносин і зв'язків, які встановлюються між виробниками товарів та послуг, посередниками і споживачами в процесі руху різноманітних туристичних продуктів і грошей. Структура туристичного ринку – це його внутрішня будова, розташування і порядок окремих його складових, їх питома вага у загальному обсязі туристичного ринку. Основними ознаками будь-якої структури, як відомо, є: тісний зв'язок між її елементами; визначена стійкість цих зв'язків, цілісність. Сукупність всіх елементів туристичного ринку на основі самих різноманітних критеріїв утворює його систему [1;304].

З точки зору того, чи існують необхідні умови для купівлі-продажу послуг і товарів, туристичний ринок можна розділити на потенційний і фактичний. Потенційний ринок може охоплювати до 100% мешканців країни, регіону, області. У його склад входять люди, які виявляють інтерес до придбання послуг, в даному випадку, туристичних. Проте, одного лише бажання мало. Необхідно мати кошти для їх купівлі. Крім того, всі, хто має потребу в послугах, повинні мати доступ до них. Якщо всі перераховані вимоги витримуються, є всі підстави стверджувати, що у наявності є фактичний ринок [2;636].

Враховуючи багатокритеріальний характер системи і структури туристичного ринку в процесі його структурування можна застосовувати і інші ознаки. Це тільки поглибить характер дослідження ринку і дозволить визначити особливості роботи на ньому. Варто зазначити, що виділення окремих видів туристичного ринку дозволяє полегшити та спростити його дослідження, допомагає туристичним організаціям у формуванні їх ринкової політики, а в кінцевому рахунку – визначити шляхи і засоби підвищення ефективності туристичної діяльності [3;22].

Література:

1. Гуляев В.Г. Туризм: Экономика и социальное развитие / В.Г. Гуляев. –М.: Финансы и статистика, 2008. –304 с.
2. Статистичний щорічник України за 2010 р. –К.: Державний комітет статистики України, 2011. –636 с.
3. Кравчук І.В. Організаційно-економічний механізм управління розвитком сфери туристичних послуг: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / І.В. Кравчук. –Львів, 2011. –22с.

ЕМОЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ В СУЧАСНОМУ ІНТЕРНЕТ СЕРЕДОВИЩІ Бочко О.Ю.

НУ «Львівська політехніка», м. Львів

Навіть при прийнятті критично важливих рішень люди схильні до емоцій та їх сприйняття. З цього приводу Е. Райс і Дж. Траут доводили, що «.. завдання маркетингу - маніпуляція цим сприйняттям» [1]. Три секунди - час, за який або буде налагоджений контакт між продуктом і споживачем, або ні [2]. Відповідно за цей час товар викликає у споживача емоцію: позитивну чи негативну, яка і буде результативною при купівлі товару. Тому приділимо увагу емоційному маркетингу, який може стимулювати сучасного споживача до дії та виділимо наступні складові, які, на нашу думку, мають особливий вплив у сучасному Інтернет середовищі.

1. Правильне застосування психології кольору. Відмітимо, що є ряд кольорів, які пов'язують із позитивними емоціями, зокрема, жовтий асоціюється з теплом і бадьорістю, зелений - із заспокійливим підтекстом.

2. Ціна. З метою кращого ефекту в Інтернеті ціну доцільно вказувати тільки після презентації товару та зацікавленості потенційних партнерів/клієнтів, описавши його переваги. Особливо важливо це у випадку, коли пропонується ціна вище середньої.

3. Швидка реакція на запити. Ефективна реакція на запити споживачів «тягне» матеріальні ресурси через організації, що є складовими ланцюга постачань. Щоб втримати клієнта, відповідати треба оперативно: на протязі доби. Після цього часу ймовірність зацікавити клієнта істотно знижується, і він звернеться до більш уважного, до конкурента.

4. Зосередження на перевагах товару. Тут доцільно звернути увагу на те, що пропонується товар допоможе вирішити проблеми покупця, або, принаймні, допоможе поліпшити якість його життя.

5. Асоціації. Споживач сприймає назву продукту на підсвідомому рівні, тому будь-який дисонанс між уявним чином і назвою продукту здатний відштовхнути від покупки. Помічено, що продукти з невдалими назвами вимагають великих рекламних і маркетингових зусиль.

6. Лідерство в Інтернет середовищі має важливе значення, оскільки дарує щось нове.

7. Новизна та відмінність від інших забезпечує привабливість та зацікавленість.

8. Закон «Фокусу». Найпотужніша концепція маркетингу - це володіння словом у свідомості потенційної особи [1], тобто це зведення уваги до товару. Наприклад, iPhone – Apple.

9. Фінансове забезпечення без якого ідея, не перейде у процес реалізації.

Література:

1. Ries Al, Trout J. The 22 Immutable Laws of Marketing. Harper Business. 1994. 143p.

2. Кевин Робертс. "Lovemarks. Бренды будущего". URL:

<https://eduardk.livejournal.com/111208.html>

СУЧАСНА ЛОГІСТИКА ТА ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЧНІ ІНОВАЦІЇ

Бредіхін В.М.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків*

В усіх галузях економіки де активно використовуються великі обсяги даних технологічні іновациї відіграють усе більшу роль. В логістику та управління ланцюжками поставок теж активно заохочують ці іновациї. Враховуючи розвиток суспільства клієнт бажає використовувати дані в реальному часі, тому сучасні підприємства повинні зосередитись на них.

Велика кількість стартапів, враховуючи схеми переміщення транспорту, забезпечують прозорість ланцюжках поставок, що дозволяє оптимізувати маршрути доставки з урахуванням погодних умов в певній місцевості та станом доріг або шляхів доступу до вантажів.

Не маючи достатньої матеріальної бази, стартапи прагнуть зосередитись на ланцюжках поставок та перетворюються у цифрових експедиторів. Вони можуть пропонувати більш привабливі ціни та забезпечити при цьому прозорість логістичного процесу. Прикладами таких компаній є Uber, Amazon, Flexport.

Ще одне нововведення це роботизація складських операцій що швидко змінює галузь логістики. Робот може швидко розвантажувати вантажівки, складати піддони й переміщати ящики по всьому складу. Транспортні засоби без водія або багатофункціональні роботи роблять складські процеси більш ефективними і швидкісними. Прикладами таких компаній є Greyorange і Locus Robotics, які уже застосовують роботів, які самостійно переміщуються по складу.

Найбільш цікавими тенденціями в області логістичних технологій є цифрові двійники (цифрові копії фізичного об'єкта або процесу). Їх використовують у сфері перевезень для збору даних про сам вантаж та його упакування а потім виявляють потенційні недоліки для поліпшення в майбутньому подібних операцій.

Підприємства де є великі склади також можуть використовувати цю технологію для створення точних 3D-Моделей своїх центрів і експериментувати зі змінами компоновання або впровадженням нового обладнання, щоб побачити їхній вплив [1].

За останні роки штучний інтелект (ШІ) дуже впливає на галузь логістики завдяки виконанню «інтелектуальних» перевезень, плануванню маршрутів і попиту завдяки цьому. Доповнена реальність і розширений інтелект разом зі штучним інтелектом дає можливість розглянути різні можливості вибору маршруту та побудування логістичного центру і вибрати найбільш ефективний. Розширений інтелект поєднує в собі інтелект людини з автоматизованими процесами штучного інтелекту.

На основі вище сказаного можливо зробити висновок, що логістичні компанії будуть впроваджувати більше цифрових технологій, що в майбутньому дозволять швидше, з меншими помилками та заощадженням ресурсів виконувати свою роботу.

Література:

1. Top-10 инноваций, которые изменят мир логистики в 2020 году [Режим доступа] <https://trademaster.ua/articles/313096>

АДМІНІСТРАТИВНЕ ОСКАРЖЕННЯ ПОДАТКОВИХ РІШЕНЬ: ПРОЦЕДУРА ДЛЯ ПЛАТНИКІВ ПОДАТКІВ ТА ПОДАТКІВЦІВ

Брік С.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Рішення, ухвалені контролюючим органом, можуть бути оскаржені в адміністративному (досудовому) порядку, який може бути застосований, якщо платник податків вважає, що контролюючий орган неправильно визначив суму грошового зобов'язання, або ухвалив будь-яке інше рішення, що суперечить законодавству чи виходить за межі його повноважень. Скаргу подають протягом 10 робочих днів, що настають за днем отримання платником податкового повідомлення-рішення, до контролюючого органу вищого рівня [1]. Якщо цей контролюючий орган ухвалює рішення про повне або часткове незадоволення скарги, є ще 10 календарних днів, для скарги до контролюючого органу вищого рівня. Рішення центрального податкового органу є остаточним і не підлягає подальшому адміністративному оскарженню, але може бути оскаржено в судовому порядку [1]. Скарга подається особисто або поштовим відправленням із повідомленням про вручення й описом вкладення. Реєстрація скарги відбувається в день її надходження до контролюючого органу. Відмова в прийнятті скарги платникові податків заборонена [2]. У строк від дня подання скарги до дня закінчення процедури адміністративного оскарження виконання платником податків грошових зобов'язань, визначених у податковому повідомленні-рішенні (рішенні), зупиняється. Контролюючий орган у разі розгляду скарги перевіряє правомірність й обґрунтованість оскаржуваного рішення та або повністю задовольняє скаргу платника податків і скасовує оскаржуване рішення контролюючого органу, або частково задовольняє скаргу платника податків та в окремі частині скасовує оскаржуване рішення контролюючого органу, або залишає скаргу без задоволення, а оскаржуване рішення контролюючого органу - без змін, або зменшує (збільшує) суму грошового зобов'язання. Податківці мають розглянути скаргу та прийняти щодо неї вмотивоване рішення, яке надсилають платнику податків протягом 20 календарних днів, що настають за днем отримання скарги. При цьому це є рішення, у якому зазначено конкретні посилання на норми Податкового кодексу України та інші нормативно-правові акти, на яких воно ґрунтується, з урахуванням матеріалів скарги, чи по суті вимог чи заперечень платника податків щодо яких контролюючий орган висловив свою позицію. Таке рішення надсилають на адресу платника податків поштою з повідомленням про вручення або надають йому під підпис. Якщо вмотивоване рішення не надіслано платникові протягом 20-денного строку, то таку скаргу вважають повністю задоволеною на користь платника податків із дня, що настає за останнім днем зазначених строків.

Література:

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010р. № 2755-VI <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. 2. Про затвердження Порядку оформлення і подання скарг платниками податків та їх розгляду контролюючими органами від 21.10.2015 № 916 <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1617-15>.

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД

Брінь П.В., Нехме М.Н.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Історія корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) розпочинається з другої половини 20-го століття після переходу термінології від соціальної відповідальності бізнесу до КСВ. До сьогодні методичний апарат КСВ значно збільшився і містить велику кількість теорій та підходів. Суспільство та бізнес, управління соціальними питаннями, державна політика та бізнес, корпоративна відповідальність - лише деякі терміни, що використовуються для опису явищ, пов'язаних із корпоративною відповідальністю у суспільстві [1,2].

У широкому розумінні під КСВ слід розуміти концепцію, яка передбачає для комерційних організацій обов'язкове врахування інтересів суспільства та необхідність брати на себе відповідальність за вплив їхньої діяльності на інших зацікавлених сторін та ну суспільство у цілому. Як правило, це зобов'язання виходить за рамки встановленого законом правил і передбачає, що організації добровільно здійснюють певних додаткових заходів для підвищення якості життя працівників та їх сімей, а також місцевої громади та суспільства в цілому.

Останні тенденції розвитку КСВ свідчать про перехід від виключно дотаційного характеру заходів до можливості використання КСВ як заходу підвищення конкурентоспроможності підприємства у цілому або окремих його підрозділів [3, 4]. Встановлено, що традиційні методи досягнення конкурентних переваг потребують доповнення іншими інструментами, що містять в собі «соціальний компонент» та забезпечують дотримання етичних норм корпоративної поведінки заради довгострокової присутності компаній на світових ринках. Конкурентоспроможність компанії безпосередньо залежить від її позитивного образу, корпоративної культури, інформаційної відкритості та прозорості діяльності, хороших відносин з усіма зацікавленими сторонами.

Література:

1. Brin P.V., Nehme M.N. Corporate social responsibility: analysis of theories and models // EUREKA: Social and Humanities.- 2019.- №. 5.- pp. 22-30.
2. Brin P.V., Nehme M.N. Historical development of the corporate social responsibility concept // Науково-практичний журнал "Причорноморські економічні студії". 2019.- Випуск 48 Частина 3.- pp. 7-14.
3. Brin P.V. Nehme M.N. Corporate and governmental social responsibility: possible approaches to unemployment reduction// Бізнес-навігатор: Науково-виробничий журнал.2018.- Випуск 2-2 (45). -pp. 71-75.
4. Брінь П. В., Прокоп М. В., Нехме М. Н. Динамічне оцінювання конкурентоспроможності підприємства //Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Міжнародні економічні відносини і світове господарство. 2019.- Випуск 28, частина 1. - С. 62-68.

РЕКЛАМА, ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Бунак С.С.

*Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця, м. Харків*

Інформаційні ресурси входять до складу критичних чинників комерційного успіху підприємницької діяльності, ефективне використання яких створює передумови для перемоги в конкурентній боротьбі. Таким чином, за сучасних умов господарювання, успішна діяльність організації залежить від ефективності забезпечення необхідними потоками інформації, які формують його так звану систему комунікацій. Система комунікацій є головним елементом управління, в рамках якої відбувається обмін інформацією як усередині організації, так і з її зовнішнім оточенням структура організації.

В результаті досліджень визначено, що одним з найпопулярніших напрямків маркетингових комунікацій підприємства є рекламна діяльність. Реклама – це цілеспрямований інформативний вплив опосередкованого характеру на споживача для просування товарів і послуг на ринку збуту, з іншого боку, реклама – відкрите повідомлення фірми, адресований її потенційним покупцям, споживачам товарів і послуг, про їхню якість, переваги, а також про досягнення самої фірми [1, с. 259]. В результаті аналізу наукових літературних джерел [2, с. 201] визначено, що рекламу можна класифікувати за кількома ознаками, зокрема:

Залежно від об'єкта рекламування виділяють рекламу товару або послуги і рекламу з метою формування позитивного іміджу фірми;

Залежно від форми і способу реалізації реклами розрізняють пряму і приховану рекламу, при цьому пряма реклама реалізується у вигляді безпосередніх рекламних звернень і участі в промо-акціях, а прихована полягає в участі фірмових товарів в змаганнях, конкурсах, наявності товарів у фільмах, телевізійних програмах і т.п. ;

Залежно від мети і функції, яку виконує реклама, виділяють інформаційну (на етапі створення попиту при виведенні нового товару на ринок), яка переконує (на етапі зростання життєвого циклу товару в формі порівняння з товарами-аналогами), посилює (після придбання товару дозволяє запевнити покупців у вірності вибору), престижну (формує імідж фірми, позитивне ставлення до торгової марки та до окремих товарів підприємства).

Також, з метою підвищення ефективності рекламної діяльності підприємства, важливим є визначення її ефективності, яке передбачає проведення аналізу структури витрат на рекламу загалом і за окремими елементами: на проведення рекламних компаній, на виготовлення рекламних матеріалів та їх розподіл.

Література:

1. Дегтярева А. В. Роль рекламы в новой экономике // Молодой ученый. - 2014. - №20. - С. 257-261.
2. Добрикова Т. С., Ковалева А. М. Роль рекламы в современном обществе // Молодой ученый. - 2012. - №12. - С. 201-203.

БЕЗПЕКООРІЄНТОВАНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Буняк Н.М.

*Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки,
м. Луцьк*

Трансформація інституційного середовища ведення бізнесу обумовлює необхідність модернізації діючих підприємств на основі впровадження системних нововведень. У сучасних економічних реаліях інновації відіграють двояку роль у забезпеченні економічної безпеки суб'єктів господарювання. З одного боку, вони сприяють якісному оновленню продукції, підвищенню результативності діяльності, зміцненню конкурентних переваг, а з другого – обумовлюють зміни у їхньому внутрішньому середовищі, викликають неоднозначну реакцію з боку зовнішнього середовища, а також призводять до появи додаткових загроз економічній безпеці, пов'язаних саме з інноваційною діяльністю. У зв'язку з цим особливої актуальності набувають питання формування дієвої системи безпекоорієнтованого управління інноваційним розвитком підприємства, здатної забезпечити оптимальне співвідношення між його інноваційністю та безпекою.

Інноваційній діяльності притаманна велика кількість різноманітних ризиків, які можуть нівелювати позитивні результати від освоєння інновацій та нести певну загрозу економічній безпеці підприємства. Їх нейтралізація потребує значних витрат часу, матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів, а також організаційних зусиль.

Безпекоорієнтоване управління інноваційним розвитком підприємства, будучи підсистемою загальної системи управління, орієнтоване на забезпечення оптимального співвідношення між рівнем безпеки підприємства в інноваційній сфері та прибутком від реалізації інноваційних проектів шляхом виявлення потенційних небезпек і загроз, джерел невизначеності, а також розробки заходів щодо їх попередження та (або) нейтралізації. В цьому контексті важливого значення набуває вибір оптимальних для реалізації інноваційних проектів, що відповідають інноваційним можливостям підприємства та його цілям, пошук та налагодження співпраці з надійними контрагентами з врахуванням критеріїв прибутковості та безпеки.

На нашу думку, основою ефективного безпекоорієнтованого управління інноваційним розвитком підприємства є виявлення та забезпечення використання всіх наявних резервів для активізації інноваційних процесів, а також швидке реагування на появу нових загроз економічній безпеці.

Отже, інноваційний розвиток пов'язаний як з підвищеною прибутковістю, що дозволяє зміцнити позиції підприємства у конкурентному середовищі, так й зі значними ризиками. Успіх будь-якого суб'єкта господарювання на ринку безпосередньо залежить від здатності його керівництва виявляти проблемні місця в інноваційній діяльності, а також приймати економічно обґрунтовані управлінські рішення щодо активізації інноваційних процесів з врахуванням чинника безпеки.

ГУМАНІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ У КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Бутенко О.П., Опікунова Н.В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків*

Досліджуючи аналіз поточного стану інноваційної діяльності країни, який наведено у Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року, автори, як перевагу, визначають одним із ключових аспектів відносно високий рівень розвитку людського потенціалу [1]. Інноваційний розвиток неможливий без тісного зв'язку між науковими дослідженнями, технологічними інноваціями та соціальним розвитком. Суб'єктами усіх трьох складових є люди. Це є підтвердженням того, що для ефективної реалізації стратегії інноваційного розвитку потрібно шукати нові широкі можливості й саме персонал, співробітники підприємств є платформою та потенціалом для забезпечення ефективного інноваційного розвитку. Одним зі шляхів підвищення ефективності участі персоналу підприємства в інноваційному розвитку є вибір доцільної форми управління. Серед сучасних відомих методів пріоритетності набирає програма гуманізації. Головним постулатом цієї програми є те, що розвиток розглядається не тільки як перехід технологій і техніки з одного рівня на вищий, але, і як зміна цінностей у поглядах людей. Основними характеристиками гуманістичного підходу до управління підприємствами є такі: необхідність побудови управлінських стосунків між керівником та робітниками на основі партнерства; важливість розуміння та врахування індивідуально-психологічних особливостей персоналу в управлінській взаємодії; необхідність створення умов для реалізації творчого потенціалу підлеглих та здійснення ними самоуправління своєю професійною діяльністю та особистісним розвитком.

Використовуючи принцип гуманізації в управлінні, керівник отримує такий ланцюг взаємодії: досягнення цілей підприємства – досягнення цілей працівника – самореалізація працівника – досягнення цілей підприємства.

Автори зазначають, що принцип гуманізації не тільки базується на демократичних засадах, але й значно їх розширює, формує особистісний і духовний потенціал робітників, сприяє підвищенню впевненості й самоствердженню особистості та сприяє творчості й ініціативності колективу, що є головним завданням забезпечення інноваційного розвитку підприємства. Питаннями подальшого дослідження є практичні аспекти реалізації принципи гуманізації у бізнес-процесах підприємства.

Література:

1. Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року [Електронний ресурс] // Кабінет Міністрів України Розпорядження від 10 липня 2019 р. № 526-р Київ. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80>.
2. Беззуб І. А. Гуманістичні принципи управління сучасною загальноосвітньою школою [Електронний ресурс] / І. А. Беззуб // журн. Освіта.ua. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: http://ru.osvita.ua/school/lessons_summary/administration/33795/.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ В СТРАТЕГІЧНІЙ ПЕРСПЕКТИВІ

Бучнєв М.М.

*Східноукраїнський національний університет
імені Володимира Даля, м. Сєвєродонецьк*

Конкурентоспроможність організації в стратегічній перспективі на сьогодні має ряд відмінних рис пов'язаних з динамічним розвитком інтелектуального ринку. На сьогодні конкуренція носить абсолютний характер, і сама конкуренція як така відходить на другий план. Гіперконкуренція вимагає нового підходу до ведення бізнесу, тобто необхідно моделювати ринок таким чином, щоб пропонуючи споживачеві унікальний продукт, забезпечити співіснування з конкурентом.

Конкурентоспроможність на сьогодні побудована на унікальності (ми інші, в іншому вигляді, бізнесі, з іншим товаром, по-іншому будуємо діалог зі споживачем і т.д.). У стратегічному управлінні щодо конкуренції актуальним є стратегічне партнерство (альянс), яке в позитивній динаміці впливає на розвиток бізнесу. Моделювання абсолютно нового бачення бізнесу, унікальної «архітектури», яка побудована на компетенції організації, розвитку інтелекту, дозволить створити конкурентоспроможність відповідну сучасному етапу інтелектуального варіанту ведення бізнесу.

Людський інтелектуальний капітал є невід'ємною частиною успіху і цінністю будь-якої організації. Враховуючи дану концепцію кожен співробітник повинен бути зацікавлений у наданні якісних послуг і виконувати всі вказівки, поставлені вищим керівництвом. Виходячи з передового досвіду в умовах сьогодення, для управління і поліпшення трудової мотивації на перше місце ставляться насамперед соціальні пріоритети, базовою складовою яких є створення комфортних умов роботи, вдосконалення особистості, захист і підтримка з боку керівництва організації [1].

Для забезпечення конкурентної переваги в галузі необхідно направляти фінансові потоки на розвиток тих видів бізнесу, які є інноваціями. Також в рамках регіонального розширення слід дотримуватися диверсифікованих позицій, які включають в себе інноваційні рішення маркетингового, товарного, управлінського характеру, які дозволяють організації домогтися позитивних економічних результатів.

Література:

1. Бучнєв М.М., Анучкіна Т.В. «Управління знаннями» - як невід'ємна складова покращення якості підготовки персоналу організації. Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2019. – №23. – С. 28-32.

КОМУНІКАЦІЇ МІЖ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ ЯК СКЛАДОВА РОЗБУДОВИ РОЗУМНИХ ЕНЕРГОМЕРЕЖ²

Вакуленко І.А., Сагер Л.Ю.

Сумський державний університет, м. Суми

Значна енергоємність економіки України, переважання застарілих технологій та технологічних процесів на підприємствах, які не відповідають сучасним вимогам та не дозволяють виготовляти конкурентоздатну продукцію на світовому ринку, спонукають до трансформації моделі енергетичного ринку з метою усунення перешкод для застосування енергетичних інновацій та використання можливостей енергосистеми, що з'явилися внаслідок технологічного прогресу. Врахування світового досвіду свідчить про необхідність побудови розумних енергомереж як найбільш оптимального способу формування енергосистеми, здатної максимально забезпечувати постійно зростаючі потреби споживачів. Дана трансформація неможлива без зміни інформаційно-комунікаційної системи в енергетичному секторі, в тому числі з метою подолання існуючої інерції та конфліктів інтересів стейкхолдерів.

Так, згідно підходу до оцінювання розвитку розумної енергомережі Департаменту енергетики США до стейкхолдерів енергетичного ринку належать оптові виробники та постачальники енергії, оптові оператори, оператори мереж, обслуговуючі та розподільчі компанії, дистриб'ютори, регулюючі органи та безпосередньо кінцеві споживачі (промисловість, комерційний сектор, побутові споживачі). Між всіма учасниками ринку в процесі виготовлення, транспортування, розподілу та споживання енергії існують різні види інформаційно-комунікаційних процесів різних рівнів, які або регламентуються (регулюються) певними нормативними актами, договорами, або, у більшості випадків, здійснюються без жодної регламентації. Кожен із визначених стейкхолдерів має свої інтереси, які часто не відповідають інтересам інших сторін. Також відсутнє чітке розуміння своєї ролі кожного із учасників ринку своєї ролі на енергетичному ринку країни чи світу. При цьому не враховується прямий чи непрямий вплив так званих підтримуючих організацій (постачальників товарів та послуг, регулюючих органів, організацій зі стандартизації, фінансових установ і т.д.). Все це не тільки стримує розвиток енергетичного ринку, але і формує певні бар'єри для переходу до системної енергоінноваційної діяльності країни.

Відповідно для побудови ефективної енергосистеми необхідно, перш за все, розширити коло стейкхолдерів та ідентифікувати їхню роль для створення сприятливого середовища реформування енергетичного сектора, де виникне можливість максимально повного використання ресурсного потенціалу кожного учасника ринку для побудови сучасної моделі енергетичного ринку. Таким чином, буде активізовано нереалізований досі потенціал від взаємодії стейкхолдерів.

² Виконано в рамках науково-дослідної теми № 0119U100766 «Оптимізаційна модель розбудови розумних та безпечних енергетичних мереж: інноваційні технології екологізації підприємств та регіонів»

ЗЕМЕЛЬНІ РЕСУРСИ УКРАЇНИ ТА ПРОБЛЕМИ ЇХ РАЦІОНАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ

Васильченко В.С., Білоцерківський О.Б.

Національний технічний інститут

«Харківський політехнічний університет», м. Харків

Україна за наявності родючих земель – одна з найбагатших країн світу. Висока природна продуктивність ґрунтового покриву визначає провідну роль земельного фонду, як одного з важливих видів ресурсів економічного розвитку України, її національного багатства, головного засобу виробництва в сільському господарстві.

Рівень використання земельних ресурсів характеризує Україну як державу, в якій надзвичайно широко і екологічно-незбалансовано використовуються ці ресурси. Україна має надзвичайно високий рівень освоєння земельного фонду. Із загальної площі України 60,4 млн. га площа сільськогосподарських угідь становить 34,4 млн. га (70,5%), Розораність земель є найвищою в світі та досягає 57 % території країни.

Сучасне використання земельних ресурсів України не відповідає вимогам раціонального природокористування. Порушено екологічно допустиме співвідношення площ ріллі, природних кормових угідь, лісових насаджень, що негативно впливає на стійкість агроландшафтів.

Нераціональне використання земельних ресурсів призводить до того, що українські чорноземи втрачають свої властивості, просто вивітрюються та вимиваються водами, і це, відповідно, призводить до погіршення якості земельних ресурсів України. При нераціональному використанні орних земель поширюються процеси деградації ґрунтів, поверхня яких піддається ерозії, перезволоженню, підвищується кислотність та інше.

З метою оптимізації земельного фонду України необхідно здійснити заходи щодо вилучення з інтенсивної обробки деградованих і малопродуктивних земель, до яких відносяться сільськогосподарські угіддя, які мають низьку родючість та господарське використання яких, за призначенням, стало економічно неефективним. Найважливішим заходом збереження ґрунтів є правильне формування культурного агроландшафту. У кожній екосистемі має бути своє, науково обґрунтоване співвідношення між полем, лісом, луками, болотами, водоймами. Це дасть найвищий господарський ефект і збереже довкілля.

Не менш важливою справою є організація і дотримання польових, кормових та інших сівозмін. Зберегти ґрунт допоможуть і перехід на прогресивні форми обробки землі, ефективні та легкі машини й механізми, скорочення повторної обробки ґрунту, перехід на безплужну обробку.

Потрібно зрозуміти, що якщо ми не будемо раціонально та бережно використовувати земельні ресурси, то це призведе до катастрофічних наслідків із неможливістю повернути все до початкової стадії.

ФІНАНСОВО-ТЕХНОЛОГІЧНІ КОМПАНІЇ: ПРОБЛЕМИ І ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ

Вербицька В.І.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет, м. Харків

Сучасне поняття Fintech має на увазі окрему галузь, куди входять високотехнологічні компанії, які працюють в сфері фінансових послуг. При цьому найчастіше вони протиставляються традиційним банкам. Проведений аналіз галузі та понад 100 підприємств показує, що Фінтех-сегмент активно розвивається. Так, більше половини компаній (58%) були засновані за останні три роки, 21 стартапи створені за минулий рік. Стимулюючим фактором стало очищення банківської системи, що призвело до вивільнення з банківського сектора багатьох фахівців, готових спробувати себе в інноваційних стартапах. Платіжні сервіси домінують в структурі Фінтех-компаній України, їх кількість зросла на 13% за минулий рік до 38-ми. Серед лідерів також мобільні гаманці (22), напрямок консалтингу та аналітичних систем (26), значну частину займають компанії, які спеціалізуються на різних технологічних та інфраструктурних рішеннях для фінансових процесів бізнесу (36). Серед нових для України - вже популярні за кордоном напрямки insurtech і regtech, яким також пророкують значне зростання найближчим часом. У той же час інтерес до блокчейну в країні все ще низький, за минулий рік з'явилося всього три нових компанії в цій сфері і їх кількість зросла до 16-ти. Незважаючи на активне зростання, галузь все ще є в процесі становлення. Велика частина українських Фінтехів сьогодні на стадії початку продажів (24%) або масштабування бізнесу (48%) і лише кожна п'ята компанія представляє собою зрілий бізнес (19%). Цікаво, що в стадії реалізації ідеї всього 1% і MVP (7%), що йде врозріз із загальносвітовими тенденціями, в інших країнах цей показник вищий. Українські підприємці вважають за краще виходити на ринок з вже готовим продуктом. При цьому, як відзначають експерти, саме на етапі ідеї і MVP у багатьох Фінтехів виникають труднощі. Найчастіше добре зроблений з технічної точки зору продукт не враховує клієнтський досвід і запити ринку. Наступна частина помилка, яка частково є продовженням першої, - продукт "погано упакований" для інвесторів. Все це сигналізує про низьку культуру партнерства, незрілості учасників цього ринку. Проте, сьогодні інфраструктура освітніх проектів, пісочниць та т. п. в Україні вже формується. Вона необхідна, тому що селективність партнерства буде підвищуватися. Уже сьогодні статистика показує, що інвестиції в Фінтех ростуть, а кількість угод знижується. Крім необхідності підтримки на ранніх стадіях розвитку, однією з основних проблем стартапів називають відсутність доступу до фінансів. В Україні близько 63% компаній працюють без залучення коштів інвесторів, в той час як за кордоном більша частина стартапів фінансується венчурними і seed-фондами та інвестиційними компаніями. Автор вважає, що майбутнє Фінтех-сектора буде прямо залежати від розвитку культури взаємодії учасників екосистеми, готовності до змін на різних рівнях, зокрема, підходів до корпоративної культури та навчання.

ЩОДО ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ

Вербицька В.І.

Харківський національний автомобільно-дорожній університет, м. Харків

Про перспективність високотехнологічних Fintech компаній, які функціонують в сфері фінансових послуг та найчастіше конкуруючих з традиційною банківською сферою, найбільш переконливо говорить те, що 43% компаній вже працюють за кордоном і приносять валютну виручку в країну. Найпопулярнішим ринком є Європа (72%), потім Співдружність незалежних держав (СНД (30%) і Сполучені штати Америки (США (21%) [1]. На думку фахівців фінансового сектора, ця тенденція також буде посилюватися. Так, згідно з дослідженням, з тих робітників, хто поки працюють на вітчизняному ринку, 73% планують вихід на зовнішні ринки найближчим часом. Слід зауважити, що прагнення вийти на міжнародний рівень для українського Фінтеху - це показник не тільки якості продукту, але і сигнал про проблеми на внутрішньому ринку. У числі ключових проблем галузі в першу чергу називають брак кваліфікованих кадрів, оскільки навіть у випадку появи хороших фахівців, незабаром вони прагнуть виїхати з країни. Таким чином, актуальним завданням стає створення умов для реалізації успішних власних українських бізнес-проектів. Стосовно прогнозів експертів про розвиток Фінтех-галузі на найближчий рік, слід відзначити, що локомотивом, як і раніше, будуть Фінтехи, пов'язані з платежами. Також прогнозується: активний вихід на зовнішні ринки; збільшення частки цифрових платежів; подальший розвиток співробітництва Фінтех-компаній з банками. Експерти впевнені, що введення віддаленої ідентифікації кардинально змінить ринок. Цей інструмент не тільки стане стимулом для розвитку Фінтех, він також вирішить важливу соціально-економічну проблему: сьогодні близько 37% населення країни не має доступу до банків, і можливість віддаленої ідентифікації допомогла б залучити цих людей в фінансові процеси. Звичайно, серед стимулів вважається і очікувана всіма учасниками ринку директива PSD2. Великі надії традиційно покладають на технології блокчейну і AI. Варто відзначити, що в минулому році з'явилося сім компаній, які працюють з BigData. Аналіз ринку свідчить, що перспективи української Фінтех-екосистеми мають свої особливості. Крім уже перерахованих вище, можна додати, що в той час, як Фінтех за кордоном показує зростання саме за рахунок споживчих сервісів, вітчизняний Фінтех більше зосереджений на обслуговуванні бізнесу. Доцільність такого висновку підтверджується тим, що послуги для фізичних осіб надають лише 21% компаній, що також говорить про незначну кількість готовності українців до інновацій в сфері фінансових послуг та відсутність швидкого розвитку саме такого роду сервісу.

Література:

1 Хорошие зарплаты и стабильный рост: Что из себя представляет украинская IT-отрасль. 112.ua. URL: <https://112.ua/statji/horoshie-zarplaty-i-stabilnyy-rost-cto-iz-sebya-predstavlyaet-ukrainskaya-it-otrasl-482651.html> (дата звернення 6.03.2020)

ЭКОНОМИКА УКРАИНСКО-ВЕНГЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ

**Верес Шомоши Марианн, Перерва П.Г.
Мишкольцский университет, г.Мишкольц**

Специфика украинского-венгерских отношений, прежде всего, определяется комплексом общих проблем, вокруг решения которых объединяются усилия Украины и Венгрии. Но политические кризисные явления в Украине приводят к ухудшению макроэкономических показателей и неэффективности финансовой системы, а, следовательно, вызывает дальнейшее ослабление позиций Украины в мировых рейтингах и углубляет проблемы, которые существуют в развитии торговых отношений между Украиной и республикой Венгрия. События современного этапа развития Украины способствует ее внешнеэкономической изоляции, ведь негативная политическая ситуация сдерживает развитие любых интеграционных устремлений. Для того чтобы исправить данное положение необходимо воспользоваться новыми возможностями Украины как ассоциированного члена ЕС, осуществить обновление стратегии в отношениях с этой организацией и с ее отдельными государствами. Учитывая неоднозначность прогнозов относительно будущего развития ЕС, Украине уместно применять принцип краткосрочного стратегического планирования внешней политики на европейском направлении, обращая особое внимание на развитие всесторонних отношений с соседними странами.

Объемы инвестиций из Венгерской Республики в Украине по состоянию на октябрь 2018г. достигли 193 900 000. долл. США, что составляет 0,2% от общего объема иностранных инвестиций, вложенных в Украину. На это же время в Украине действовало 396 предприятий с участием венгерского капитала, из которых 221 - общее. Инвестиции работают в химической, машиностроительной, упаковочной и пищевых сферах. Продуктивно работают на украинском рынке фармацевтический завод "Гедеон Рихтер", химическое предприятие "Паннонпласт", сельскохозяйственное предприятие "Баболна", тароупаковочное предприятие "Дунапак-Украина".

Успешная реализация упомянутых проектов станет принципиально новым этапом в наших двусторонних отношениях и значительно улучшит показатели взаимных инвестиций в экономику обеих стран.

Литература:

1. Угорська економіка.- [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.vsesvit-journal.com/old/content/view/219/41/>
2. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.
3. Грабченко А.И. Основы маркетинга высоких технологий : [учебное пособие] / Грабченко А.И., Перерва П.Г., Смолоник Р.Ф. – Х. : ХГПУ, 1999. – 242 с.
4. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
5. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия [учебник].– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
6. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592 с.

ЕВОЛЮЦІЯ МОДЕЛЕЙ МАРКЕТИНГУ

Верясова Г.М.

*Харківський національний університет радіоелектроніки,
м. Харків*

В умовах ринкової економіки вітчизняні підприємства орієнтують свою діяльність на використання конкретної моделі маркетингу. Стосовно ринку маркетинг має двосторонню структуру, тобто маркетинг, здійснюваний продавцями (товаровиробниками), і маркетинг, здійснюваний покупцями. Протягом тривалого періоду часу у літературі основна увага приділялася маркетингу, здійснюваному продавцями, сфокусованому на 4-7 елементах системи комплексу «маркетинг-мікс». Нині маркетинг зазнає досить конструктивних змін, одержує свій подальший розвиток, а саме:

- модель «маркетинг 1.0» – маркетинговий підхід, який орієнтований на продукцію; основна увага приділяється виробництву;

- модель «маркетинг 2.0» – маркетинговий підхід, який орієнтований на клієнта; основна увага приділяється запитам та потребам клієнта і вмінню їх задовольняти;

- модель «маркетинг 3.0» – маркетинговий підхід, який орієнтований на людину; розглядає споживача, як людину з активною життєвою позицією;

- модель «маркетинг 4.0» – маркетинговий підхід, який розглядає клієнта як людину, що має розум, емоції, дух; комбінує online и offline взаємозв'язок між підприємствами-товаровиробниками та споживачами.

Якщо на початку 90-х років концепція маркетингу визначалася як орієнтована, інтегрована на споживача та прибуток філософія бізнесу, то наприкінці сторіччя загострилася необхідність появи нової широкої концепції маркетингу [2, с. 144-145]. Всесвітній гуру маркетингу Ф. Котлер запропонував нову концепцію соціально-відповідального маркетингу в умовах глобалізації, інформатизації, віртуальності бізнесу, нових технологій, приватизації, кіберпростору, нового споживача, інтегрованих маркетингових комунікацій, кібермаркетингу [3, с. 9]. Поширення сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у повсякденному житті змінюють моделі купівельної поведінки споживачів-просументів і форми конкурентної боротьби.

Література:

1. Маркетинг – Вікіпедія. URL: [uk.wikipedia.org > wiki > Маркетинг](http://uk.wikipedia.org/wiki/Маркетинг) (дата звернення 13.03.2020).

2. Соколова Л. В. Теорія і практика адаптації підприємств до мінливого бізнес-середовища. Харків: ХНУРЕ, 2004. 288 с.

3. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: как создать, завоевать и удержать рынок: Пер. с англ. В. А. Гольдича и А. И. Оганесовой. М. : ООО «Издательство АСТ», 2000. 272 с.

4. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому: технологии продвижения в интернете. Форс. 2019. 227 с.

ПЛАНУВАННЯ БІЗНЕС ДІЯЛЬНОСТІ: СУЧАСНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО

Вєтрова В.В., Янченко Н.В.

Харківський національний університет будівництва та архітектури

Сучасне підприємництво - найважливіший елемент ринкової економіки, воно багато в чому визначає темпи економічного зростання, структуру і якість валового національного продукту, сприяє підтримці конкуренції, формує новий соціальний прошарок суспільства. Високий рівень розвитку підприємництва виступає необхідною умовою сучасної моделі ринкового господарства, тому що включає в себе багато функцій: безпосередньо виробництво, приватизацію майна, менеджмент, маркетинг і багато інших видів діяльності, пов'язані з творчістю, інноваціями і ризиком.

В даний час вчені різних професійних напрямків (економісти, філософи, психологи, соціологи та ін.) Приділяють серйозну увагу розвитку теорії сучасного підприємництва та його ролі в економічному розвитку країни. Господарська діяльність підприємства будь-якої форми власності, що діє в ринкових умовах, повинна бути, перш за все, економічно ефективною з метою забезпечення доходів і вкладення коштів, збереження самостійності і розвитку підприємства.

Аналізуючи різні точки зору вітчизняних та західних вчених з питання підприємництва, можна зробити висновок, що підприємницька діяльність - це реалізація особливих здібностей індивіда, що виражається в раціональному поєднанні факторів виробництва та інноваційного ризикового підходу.

В умовах ринкової економіки функціонування підприємств різних організаційно-правових форм господарювання, оптимізація їх розвитку і вдосконалення набувають особливої актуальності. В ході економічних перетворень за товаровиробниками вперше законодавчо закріплено право вибору ними форм власності і господарювання, а також право самостійно розпоряджатися виробленою продукцією та доходами. Результати проведених досліджень показали, що в даний час в сільському господарстві переважно розвиток отримують кооперативні об'єднання.

В даний час підприємництво дуже добре розвинене, воно займає більшу частину в сучасній економіці.

Проте, ця галузь згодом буде тільки продовжувати рости, і разом з цим будуть рости проблеми і різні аварії надзвичайного характеру. Це може бути пов'язано з неправильною організацією техніки безпеки або з будь-якими іншими проблемами, які можуть виникнути. В результаті виникає небезпека не тільки для здоров'я, але і для життя людей, які працюють на них. У таких випадках потрібна допомога фахівців щодо запобігання НС, працівників МНС, рятувальників, які зможуть надати допомогу щодо запобігання або ліквідації аварії, що сталася.

Тому можна сказати про пряму залежність між сучасним підприємництвом і спеціальністю ЗЧС.

ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА

Виниченко К.Д., Янченко Н.В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків*

Тіньова економіка - діяльність суб'єктів господарювання, яка розвивається поза державним обліку і контролю. Це складне соціально-економічне явище, що охоплює всю систему суспільно-економічних відносин, і перш за все - неконтрольований суспільством сектор відтворення, де виробництво, розподіл, обмін і споживання економічних благ і підприємницьких здібностей ховаються від органів державного управління.

Тіньова економіка тісно переплетена з легальним і реальним сектором економіки і є її складовою частиною. У своїй діяльності вона також користується послугами держави, його матеріально-суспільними чинниками, робочою силою і т.д., не вступаючи при цьому в економічні відносини з державою як суб'єктом господарювання.

У період становлення і розвитку тіньова економіка з'єднувала в собі три укрупнених елементи: неофіційна, куди входять всі легально дозволені види економічної діяльності, в рамках яких мають місце не враховуються офіційною статистикою виробництва товарів і послуг, приховування цієї діяльності від оподаткування і т.д. ; фіктивна - приписки, розкрадання, спекулятивні угоди, хабарництво і всякого роду шахрайство, пов'язане з передачею грошей; підпільна - заборонені законом види економічної діяльності.

Отже, яку ж політику і дії проводити державі? Слід врахувати, що основа тіньового обороту і зростання злочинності невраховані доходи економічних агентів і невиконання ними ж своїх зобов'язань. Тому необхідно зробити готівково-грошовий обіг і несплату податків економічно не вигідними і юридично караними. Орієнтовна програма дій така: слід всіляко стимулювати безготівковий грошовий оборот; необхідно заборонити безконтрольне уявлення і залучення кредитів, відчуження власності і прийняття на себе зобов'язань неплатоспроможними підприємствами і громадянам; важливо децентралізувати, зміцнити судову і правоохоронні органи, закріпивши за відповідними інститутами частина податкових доходів; необхідно перетворити захист прав акціонерів, інвесторів і кредиторів до державного пріоритет. Реалізація передбачуваних заходів призведе до зниження обсягу кредитних і фондових операцій при забезпеченні їх ефективності та надійності. Багаторазово зростуть масштаби безготівкових розрахунків це для фінансової еліти. Держава отримає приріст бюджетних доходів і витрат.

Література:

1. Теневая экономика как социально-экономическое явление [Електронний ресурс] // Понятие, виды и формы теневой экономики – Режим доступа до ресурсу: <http://www.grandars.ru/student/nac-ekonomika/vidy-tenevoy-ekonomiki.html>.
2. ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА В УКРАИНЕ. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ 2019 ГОДА [Електронний ресурс] // КМІС. – 2019. – Режим доступа до ресурсу: <http://kiis.com.ua/?lang=rus&cat=reports&id=897&page=1>.

ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вишнева І.М., Янченко Н.В.

Національний університет будівництва та архітектури, м. Харків

Сутність організаційно-економічного механізму функціонування підприємства розкривається за такими ознаками: елементний, функціональний, процесний. Організаційно-економічний механізм трактують як систему формування цілей і стимулів, які дозволяють перетворити в процесі трудової діяльності рух (динаміку) матеріальних і духовних потреб членів суспільства в рух засобів виробництва і його кінцевих результатів, спрямованих на задоволення платоспроможного попиту споживачів. Слід зазначити, що організаційно-економічний механізм регулювання діяльності підприємства - це сукупність організаційних та економічних важелів (кожному з яких притаманні свої форми управлінського впливу), що впливають на економічні та організаційні параметри системи управління підприємством, що сприяє формуванню і посиленню організаційно-економічного потенціалу, отриманню конкурентних переваг та ефективності діяльності підприємства в цілому. У структурі організаційно-економічного механізму можна виділити три системи: систему забезпечення, функціональну систему і цільову. Система забезпечення організаційно-економічного механізму складається з підсистем правового, ресурсного, нормативно-методичного, наукового, технічного, інформаційного забезпечення управління підприємством. Організаційно-економічний механізм управління підприємством включає наступні основні функціональні підсистеми: планування, організації, мотивації, контролю та регулювання. Цільова система організаційно-економічного механізму містить в собі цілі і основні результати діяльності підприємства, а також критерії вибору і оцінки досягнення певних цілей і результатів діяльності підприємства. Зміст кожної системи і кількість підсистем в кожній з них залежать від типу підприємства, сфери і масштабів діяльності, рівня впливу зовнішнього середовища і результатів діяльності підприємства та інших факторів. Організаційно-економічний механізм можна розглядати як складову частину і ієрархічну ступінь в єдиній ієрархії всіх механізмів функціонування підприємства.

Особливості функціонування підприємств в Україні виставляють нові вимоги до формування організаційно економічного механізму регулювання діяльності підприємства, ефективність функціонування якого повинна забезпечуватися як під впливом вдосконалення організації виробництва, праці та управління, так і здатністю його пристосування до сучасних умов господарювання.

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ МЕРЕЖЕВИХ СТРУКТУР: БЕЗПЕКОЗНАВЧІ КОНТЕКСТИ

Вівчар О.І.¹, Гевко В.Л.²

¹*Тернопільський національний економічний університет, м. Тернопіль*

²*народний депутат Верховної Ради України, м.Київ*

В сучасних трансформаційних умовах, ефективне управління інформаційно-аналітичним забезпеченням підприємств мережеских структур – одним з найважливіших напрямів зміцнення фінансової безпеки на шляху подолання багатьох деструктивних явищ в національній економіці. Інформаційно-аналітична підсистема фінансової безпеки підприємств мережеских структур має включати: якісні і кількісні значення індикаторів фінансової безпеки, наявність або потенційність ризиків і загроз, фінансові інтереси та їх реалізація, стратегічний план забезпечення фінансової безпеки, якісні і кількісні параметри використання фінансових ресурсів, обсяг останніх, а також джерела їх надходження, фінансовий план, бюджет [2, с. 98].

На основі проведених досліджень встановлено, що особливу роль у інформаційно-аналітичному забезпеченні фінансової безпеки є мінімізація ризиків щодо втрати інформаційних потоків на підприємствах мережеских структур та вчасне виявлення загроз, які негативно впливають чи будуть мати вплив у майбутньому на діяльність об'єкта, запобігання їм та протидії відповідно [1]. Так, інформаційно-аналітичне забезпечення розглядається як система, що включає сукупність методів, засобів і способів, спрямованих на збирання, аналіз, захист інформації, а також прогнозування, постійну консультативну підтримку та вироблення рекомендацій щодо прийняття ефективних управлінських рішень оперативного та стратегічного характеру.

Отже, одне з головних місць в системі фінансової безпеки виокремлено інформаційно-аналітичне забезпечення, оскільки від інформації, її вчасності, достовірності, повноти, правильної інтерпретації залежить ефективність діяльності підприємств мережеских структур, його безпека, конкурентоспроможність, а іноді й факт функціонування на ринку. Для вирішення поставлених перед системою інформаційно-аналітичного забезпечення завдань інтерпретовано наступні її підсистеми: економічна розвідка, інформаційна безпека та аналітично-консультативне забезпечення. Прорезюмувавши вище описане слід відзначити, що лише своєчасне та комплексне виконання усіх завдань може призвести до бажаного результату.

Література:

1. Білокомірова Я. М. Інформаційне забезпечення економічної безпеки підприємницької діяльності. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2014. №29. С.308-312.

2. Вівчар О. І. Управління економічною безпекою підприємств: соціогуманітарні контексти: монографія. Тернопіль, ФОП Паляниця В. А., 2018. 515 с.

СУТНІСТНО-ЗМІСТОВНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ: РЕГІОНАЛЬНИХ ПІДХІД БЕЗПЕКОЗНАВЧИХ КОНТЕКСТІВ

Вівчар О.І.¹, Редьква О.З.²

¹*Тернопільський національний економічний університет,*

²*Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя,
м. Тернопіль*

В сучасних умовах макротрендів бізнесу безпеку регіональних підприємств відзначають як стан корпоративних ресурсів і регіональних підприємницьких можливостей, за якого гарантується найбільш ефективне їхнє використання для стабільного функціонування та динамічного науково-технічного й соціального розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам. Відзначаємо, що основними функціональними елементами безпеки регіональних підприємств є: захист комерційної таємниці і конфіденційної інформації; комп'ютерна безпека; внутрішня безпека; безпека будівель і споруд; фізична безпека; технічна безпека; безпека зв'язку; безпека перевезень вантажів і осіб; екологічна безпека, тощо [2].

На основі проведених досліджень встановлено, що основними негативними чинниками щодо забезпечення належного рівня економічної безпеки регіональних підприємств є: відсутність ефективного функціонування ринкового середовища; незавершеність формування інституційної бази; незбалансованість державної регуляторної політики; зловживання монопольним становищем цінового характеру; збільшення кількості кримінальних посягань щодо специфіки роботи регіональних підприємств; недосконалість судової системи, корумпованість органів влади; низький рівень конкурентоспроможності підприємств та їх інноваційної активності.

Слід зазначити, що до основних завдань економічної безпеки регіональних підприємств належать: захист законних прав і інтересів; збір, аналіз, оцінка даних і прогнозування розвитку непередбачуваних ситуацій; вивчення партнерів, клієнтів, конкурентів; виявлення та припинення протиправної діяльності співробітників підприємства на шкоду його безпеці; забезпечення збереження матеріальних цінностей і відомостей, тощо [1].

Прорезюмувавши вище описане встановлено, що основні характеристики системи економічної безпеки регіональних підприємств залежать від об'єкта захисту, який є складним і багатогранним, саме тому необхідно комплексно підходити до процесу управління економічною безпекою.

Література:

1. Вівчар О. І. Теоретичні аспекти безпекознавства в умовах підприємств (фундаментальні загрози в сучасному соціогуманітарному просторі). Соціально-економічні проблеми і держава. Тернопіль, 2017. Вип. (1) 16. С. 24-31. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17voissp.pdf>

2. Живко З. Б. Механізм управління системою економічної безпеки підприємства. Науковий вісник Ужгородського університету. 2014. С. 37—42.

ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ ТА ЙОГО ПОКАЗНИКИ: ФАКТОРИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Влад С.В., Янченко Н.В.

*Харківський Національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків*

В роботі розглянуто питання економічного розвитку та факторів його зростання.

Економічне зростання є центральною економічною проблемою, що стоїть перед усіма країнами. За його динамікою судять про розвиток національних економік, про життєвий рівень населення, про те, як вирішуються проблеми обмеженості ресурсів. Це основний показник розвитку і добробуту будь-якої країни, одна з основних макроекономічних цілей, досягнення якої зумовлене необхідністю випереджаючого зростання національного доходу у порівнянні із зростанням чисельності населення.

Під економічним зростанням прийнято розуміти збільшення обсягів товарів і послуг, створених за певний період. Економічне зростання визначається багатьма чинників, найважливішими з яких є чинники попиту, пропозиції і розподілу.

Фактори пропозиції зумовлюють фізичну здатність економіки до зростання:

- 1) кількість та якість природних ресурсів;
- 2) кількість та якість трудових ресурсів;
- 3) обсяг капіталу країни;
- 4) технологія.

Перелічені фактори пропозиції, які називають колесами економічного зростання визначають можливості фізичного збільшення обсягу продукції. Тільки наявність більшої кількості або кращих за якістю ресурсів, урахувавши і технологічний потенціал, дати змогу національній економіці виробляти більший обсяг продукції.

Показниками економічного зростання є:

- 1) збільшення реального ВВП або ЧНП або НД в абсолютних вибірниках за деякий період часу;
- 2) збільшення реального ВВП або ЧНП або НД на душу населення;
- 3) збільшення за деякий період часу реального ВВП або ЧНП або НД в розрахунку на одного зайнятого;
- 4) виробництво основних видів продукції на душу населення (рівень розвитку окремих галузей);
- 5) рівень та якість життя населення.

Література:

1. https://pidruchniki.com/1209061338084/politekonomiya/ekonomichne_zrostannya_rozvitok
2. <https://buklib.net/books/33907/>
3. <https://msu.edu.ua/visn/wp-content/uploads/2015/12/2-4-2-2015-37.pdf>

ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ПІДПРИЄМСТВ ПРОМИСЛОВОСТІ: ВПЛИВ ГАЛУЗЕВИХ ФАКТОРІВ

Власова Н.О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

Управління фінансовими результатами підприємств промисловості викликає необхідність чіткого структурування факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, що суттєво впливають на їх розмір.

Зовнішнє середовище неоднорідне й диференційовано за силою, періодичністю, характеру впливу на підприємство. З позицій сучасного менеджменту зовнішнє середовище розглядають як сукупність суб'єктів і сил, що перебувають за межами підприємства та впливають яким-небудь чином на його фінансові результати.

За силою впливу зовнішнє середовище деталізують на: макрооточення; стан та перспективи розвитку галузі; конкурентне середовище в галузі; вплив конкурентів.

Промисловість в Україні представлена широким спектром галузей, які суттєво відрізняються за напрямками та цілями своєї економічної діяльності. Стан та перспективи розвитку кожної із них можуть сильно відрізнятися. Відмінності виражаються у особливостях технологічних процесів, ресурсному забезпеченні, стану кон'юнктури на ринку їх продукції, інтенсивності галузевої та міжгалузевої конкуренції, можливості виходу на зовнішні ринки, органічній та фінансовій структурі капіталу тощо. Це безумовно відбивається на рівні галузевої рентабельності, розкиді рентабельності окремих підприємств, структурі витрат, що зложилася, швидкості обороту капіталу. Вивчення цих характеристик, виявлення тенденцій їх зміни створюють «профіль» галузі та надають важливу інформацію для визначення можливих напрямків розвитку окремих підприємств.

У процесі проведеного дослідження була виявлена та кількісно визначена тіснота зв'язку між основними результативними показниками: фінансовими результатами до оподаткування, рентабельністю операційної та всієї діяльності підприємств промисловості від груп показників, що характеризують загальний стан галузі, рівень концентрації виробництва, фінансові показники структури капіталу та ефективності використання ресурсів. Кореляційний аналіз виявив, що має місце суттєвий вплив трьох останніх груп показників на фінансові результати підприємств промисловості.

Результати дослідження дозволяють побудувати відповідну модель оцінки впливу галузевих факторів, визначити спрямованість цього впливу на фінансові результати підприємств промисловості та одержати кількісні характеристики, використання яких забезпечує зниження невизначеності та підвищення рівня обґрунтованості прийняття управлінських рішень.

ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ: МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ

Власова Н.О., Єфіменко О.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В сучасній економіці України поширеним явищем є формування значних обсягів дебіторської заборгованості суб'єктами господарювання. Відповідно до П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість», дебіторська заборгованість – це сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату, а дебітори – юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів.

На сьогодні більшість вітчизняних підприємств перебувають на межі фінансової кризи. Це пов'язано з недосконалим рівнем менеджменту підприємств та нездатністю вчасно виявити ризики неповернення дебіторської заборгованості.

Непогашена в строк дебіторська заборгованість призводить до відволікання грошових коштів з обороту підприємства, породжуючи при цьому такі проблеми, як збільшення тривалості фінансового циклу, дефіцит грошових коштів, збільшення ризику не сплати за своїми зобов'язаннями, необхідність залучення зовнішніх форм фінансування діяльності підприємства.

Політика управління дебіторською заборгованістю є частиною загальної політики управління оборотними активами та маркетингової політики підприємства, що спрямована на розширення обсягу реалізації продукції й оптимізації загального розміру заборгованості та забезпечення її своєчасної інкасації. Для побудови ефективної процедури роботи з дебіторською заборгованістю слід застосовувати всі наявні методи, зважаючи на доцільність використання кожного в конкретній ситуації.

Умовно методи управління ризиками у процесі оптимізації розміру дебіторської заборгованості можна поділити на:

- економічні – що полягають в накладенні фінансових санкцій за прострочення оплати (мають бути прописаними в договорі, що укладається до здійснення правочину);
- юридичні – претензійна та судова робота з проблемним боржником;
- психологічні – комунікація з особами, відповідальними за своєчасну оплату товарів (послуг);
- фізичні – арешт або застава майна.

При управлінні дебіторською заборгованістю необхідно також враховувати вплив зовнішніх факторів, таких як криза неплатежів, неоднаковий вплив інфляції на змінення вартості різних видів продукції та товарів, недосконалість законодавчої бази, недосконалість процедури банкрутства тощо.

Методи управління ризиками у системі управління дебіторською заборгованістю є ефективними інструментами які допомагають керівництву підприємств приймати раціональні рішення щодо її оптимізації.

НЕОБХІДНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Власова Н.О., Хребтов М.І.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Ефективне та дієве управління грошовими потоками промислового підприємства в умовах мінливого економічного середовища України дозволяє вирішити основне завдання промислового підприємства – підвищення ефективності його функціонування, а також забезпечити фінансову рівновагу та безперервність діяльності підприємства, прискорити обіг його капіталу, знизити ризик банкрутства та отримати бажаний прибуток.

Важлива роль у дослідженні ефективного управління грошовими потоками промислового підприємства відзначено такими основними положеннями:

1. Грошові потоки промислового підприємства приймають участь у господарській діяльності практично в усіх її аспектах. Тобто, грошовий потік можна уявити як систему «фінансового кровообігу» господарського організму підприємства. Отже, ефективно організовані грошові потоки промислового підприємства є найважливішим показником його «фінансового здоров'я», а також передумовою досягнення позитивних результатів діяльності у майбутньому.

2. Правильне управління грошовими потоками промислового підприємства в процесі його стратегічного розвитку забезпечується його фінансовою рівновагою. Фінансова стійкість підприємства значною мірою визначається тим, наскільки різні види потоків грошових коштів синхронізовані між собою за обсягами й в часі. Великий рівень такої синхронізації забезпечує пришвидшення реалізації стратегічних цілей розвитку підприємства.

3. Раціональне формування грошових потоків промислового підприємства сприяє підвищенню ефективності здійснення операційного процесу підприємства. Будь-який збій у здійсненні грошових платежів буде негативно позначатися на формуванні запасів сировини та матеріалів, продуктивності праці, реалізації продукції тощо.

4. Ефективне управління грошовими потоками промислового підприємства забезпечує зниження ризику неплатоспроможності підприємства, а отже підвищення його ліквідності.

Таким чином, увагу до управління грошовими потоками обумовлено необхідністю ефективного управління оборотним капіталом (оцінки короткострокових потреб у наявних грошових коштах та управління запасами); планування 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.

Досягнення фінансової рівноваги та забезпечення збільшення основного показника промислового підприємства – вартості майна є запорукою його фінансово-економічного зростання.

ПРОЕКТНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Гавриловська М.О., Янченко Н.В.

«Харківський національний університет будівництва та архітектури», м. Харків

Що таке проект? Проектом називається тимчасова спроба створити оригінальний продукт або послугу.

Проект є тимчасовим в тому сенсі, що він має конкретний відрізок часу, певний обсяг робіт і ресурсів.

Унікальність проекту полягає в тому, що це не звичайна операція, а їх особливий набір, призначений для досягнення єдиної мети. Таким чином, проектна команда часто складається з людей, які, як правило, не працюють разом, а іноді навіть з різних компаній і міст.

Отже, проектний менеджмент являє собою застосування знань, навичок, інструментів і методів проектної діяльності, відповідно до вимог проекту.

Процеси управління проектами.



В рамках цих процесів виконується архівація провідних управлінських і змістовних проектних документів для подальшого використання при реалізації інших проектів.

Література:

1. Процессы управления проектами [Электронный ресурс]/ - Режим доступа URL: <https://pmpractice.ru/knowledgebase/managment/keypoints/process/>
2. Project Management [Электронный ресурс]/ - Режим доступа URL: <https://www.investopedia.com/terms/p/project-management.asp>
3. Бороніна Л.Н., Сенук З.В Основи управління проектами: навч. посіб. Єкатириенбург, 2015. 112 с.

ВПЛИВ КОРОНАВІРУСНОЇ ІНФЕКЦІЇ COVID-19 І ПАДІННЯ ЦІН НА НАФТУ НА УКРАЇНСЬКУ І СВІТОВУ ЕКОНОМІКУ У 2020 РОЦІ

Гаврись М.О., Гаврись О.М.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Світ стрімко наближається до нової економічної кризи, наслідки якої, у кращому випадку, будуть на рівні кризи 2008 року, а у гіршому – значно перевершать їх. Вкотре, період економічного зростання у більшості країн призводить до «перегріву» ринків, що має закінчитися стрімким їх падінням і початком чергового економічного циклу. У 2020 році тригерами цих подій стають коронавірус COVID-19, до якого у березні додалося стрімке падіння цін на нафту. Причинами останнього стали як провал перемовин картелю ОПЕК+, викликаний спробою РФ (очевидно, невдалою) нав'язати цінову війну і витіснити з ринку американські фірми, що займаються видобутком сланцевої нафти, і, власне, членів ОПЕК, перш за все, Саудівську Аравію, так і COVID-19, який, у зв'язку з карантинном, викликав суттєве зниження ділової активності спочатку у Китаї та інших країнах південно-східної Азії, а потім і у Європі, США і усьому світі. Наслідком цього, у тому числі, стало суттєве зниження попиту на нафту і падіння цін. Вже зараз фондові ринки США стикнулися з найбільшим зниженням основних індексів з 1987 року [1]. Так, з 10 лютого до 12 березня 2020 р. індекс Dow Jones впав на 28%, з 29348 до 21200 пунктів [2]. Те ж стосується і індексу S&P 500, який впав з 3386 до 2480 пунктів, на 27% [3]. Навіть незважаючи на традиційний «відскок», що відбувся наступного дня, втрати інвесторів тільки в США вже сьогодні вимірюються трильйонами доларів. Втрати Китаю від самого лише COVID-19 можна оцінювати мінімум у 1 трильйон доларів, і це не рахуючи прийдешньої економічної кризи. Очевидно, що і Європа не уникне втрат, а їх масштаби будуть порівняними із втратами США та Китаю. І це може бути ще не кінець, оскільки світова пандемія COVID-19 тільки починається, і узяти її під контроль вдасться не раніше початку літа.

Україна на цьому фоні поки що виглядає своєрідним острівцем спокою з мінімальною кількістю випадків COVID-19 і активним реагуванням уряду на загрози, хоча обмеження у вигляді карантину і заборони міжнародних сполучень дійшли вже і до нас. Втім, як свідчить світова практика, повністю уникнути епідемії нам навряд чи вдасться. У кращому випадку, ми зможемо відтягнути її початок до того часу, коли з'явиться досвід та ефективні засоби боротьби з нею. Водночас, в Україні з'являються і нові можливості. Ми імпортуємо до 86% нафти і нафтопродуктів і зниження цін на них покращить платіжний баланс, а ціни на продовольство, провідним виробником якого ми є, зараз стрімко зростають.

Література:

1. Mark DeCambre. Where does the stock market go from here after the worst drop since 1987? [Електронний ресурс]: MarketWatch – Режим доступу: <https://www.marketwatch.com/story/where-does-the-stock-market-go-from-here-after-the-worst-drop-since-1987-heres-what-the-analyst-who-called-the-2018-rout-says-2020-03-13>
2. Dow Jones Industrial Average. [Електронний ресурс]: MarketWatch – Режим доступу: <https://www.marketwatch.com/investing/index/djia/charts>
3. S&P 500 Index. [Електронний ресурс]: MarketWatch – Режим доступу: <https://www.marketwatch.com/investing/index/spx/charts>

ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Гаврись О.М., Гаврись П.О.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м.Харків, Хереус Холдінг ГмбХ, м. Ханау

Підприємницька діяльність пов'язана з ризиками. Більший розмір підприємства і складніші процеси на ньому означають більшу кількість ризиків і вищі потенційні втрати у разі їх настання. Тому ефективне управління ризиками на підприємствах є важливим завданням керівництва та ключовим фактором досягнення довгострокової успішності. Водночас, ризики є дуже різноманітними. Наприклад, провідна німецька страхова компанія Allianz виділяє наступні групи ризиків [1, с. 4-5]: 1. Ризики ІТ систем. 2. Виробничі ризики та ризики ланцюга поставок. 3. Ризики змін у законодавстві. 4. Форс-мажори. 5. Зміни на ринках. 6. Пожежі та вибухи. 7. Кліматичні зміни. 8. Репутаційні ризики. 9. Нові технології. 10. Макроекономічні чинники. Можна деталізувати і розширити будь яку з цих груп, а також додати нові, скажімо, кредитні ризики. Також, можна запропонувати альтернативний підхід до класифікації ризиків, зокрема, поділ ризиків на виробничі, комерційні, фінансові, юридичні тощо. Це робить недоцільним виділення управління ризиками у окрему функцію, тому завдання управління ризиками розподіляється між різними підрозділами. Загальну відповідальність за це завдання несе керівництво підприємства. Окремі підрозділи відповідають за безпосередню розробку структур, механізмів та процесів, що повинні допомогти досягнути прийняттого рівня окремих ризиків [2]. В теорії можна виділити так звані «три лінії оборони» в управлінні ризиками на підприємствах [4, с. 2]. До «першої лінії» можна віднести механізми безпосереднього управлінського контролю та внутрішні заходи контролю, вбудовані в оперативні процеси підприємства [3]. До «другої лінії» - спеціальні функції на підприємстві, що відповідають за дотримання стандартів у своїх окремих сферах. «Третьою лінією» в управлінні ризиками є внутрішній аудит. Його основними функціями є надання незалежних висновків щодо ефективності управління ризиками, механізмів корпоративного управління, систем внутрішнього контролю [5], а також рекомендацій щодо їх вдосконалення.

Отже, у сучасному світі довгострокова успішність підприємств знаним чином залежить саме від побудови та впровадження комплексного та збалансованого підходу до управління ризиками. Причому, чим більш складною є діяльність і продукція підприємства, тим більш важливою є роль системи управління ризиками.

Література:

1. Allianz Risk Barometer: Identifying The Major Business Risks For 2020. – Allianz Global Corporate & Specialty SE, Munich, Germany, 2020. – 23 с.
2. Bungartz, O. Handbuch Interne Kontrollsysteme (IKS): Steuerung und Überwachung von Unternehmen. – Berlin: Germany, 2009. – 480 с.
3. Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) (Hrsg.): Internal Control – Integrated Framework.
4. IAA Position Paper: The Three Lines of Defense in effective risk management and control. – Institute of Internal Auditors: Altamonte Springs, FL, USA, 2013. – 7 с.
5. What is Internal Audit [Електронний ресурс]: Chartered Institute of Internal Auditors – Режим доступу: <https://www.iaa.org.uk/about-us/what-is-internal-audit/>

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ

Гаврись О.О., Ільченко І.Ю.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Рівень майстерності управління підприємством визначає наскільки ефективною буде його господарська діяльність, тобто позитивні результати на ринку залежать від професійності методів управління. Особливо важливим цей чинник є в сучасних умовах, коли відбувається трансформація національної економіки нашої держави. Підприємства постійно стикаються з неочікуваним впливом вкрай нестабільного зовнішнього середовища, протягом довгого часу спостерігається значний рівень інфляції, нестабільність фінансового і валютного ринків тощо [1]. Навіть явища, які на перший погляд абсолютно далекі від конкретного промислового підприємства можуть з різних причин суттєво ускладнити його роботу, як от події останніх місяців, пов'язані з розповсюдженням у світі небезпечного для життя вірусу або обвал цін на нафту.

В цілому найвагомими чинниками залишаються жорстка конкуренція, здатність підприємства забезпечити задоволення потреб при найбільш ефективному використанні ресурсів, можливість швидкої адаптації під нові потреби ринку. Лише відповідність вищеперерахованим критеріям може гарантувати стабільне становище підприємства на ринку товарів та послуг, а досягнення таких умов ведення бізнесу неможливе без ефективних методів управління діяльністю підприємства.

Для стабільної та успішної роботи в сучасних умовах підприємство повинно впроваджувати гнучкі методи управління, які б могли нейтралізувати можливі негативні наслідки впливу факторів зовнішнього середовища. Наприклад менеджмент персоналу повинен забезпечувати максимально чіткий алгоритм взаємовідносин між керівними рівнями і штатними працівниками. Також як дуже ефективно зарекомендувало себе впровадження інноваційних підходів до організації менеджменту, що може стати передумовою прогресивного стратегічного розвитку підприємства. Отже, в умовах ринкової економіки, коли підприємства постійно знаходяться в стані конкурентної боротьби, для отримання максимального прибутку, що природно є однією з основних цілей підприємницької діяльності, вони повинні постійно відслідковувати напрямки удосконалення системи управління [2].

Література:

1. Ларка. Л. С. Трансформація системи цілей підприємства при адаптації до екзогенних змін / Л. С. Ларка, О. О. Гаврись // Проблеми адаптації соціально-економічних систем до екзогенних змін : монографія / ред. Л. Л. Калініченко ; Харків. нац. ун-т будівництва та архітектури. – Харків : Панов А. М., 2019. – С. 113-122.
2. Бабчинська, О. І. Основні інструменти управління підприємством в сучасних умовах / О. І. Бабчинська, В. В. Соколовська // Ефективна економіка. – 2017. – № 10.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ АКТИВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Гаврись О.О., Яіцький В.М.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Формування та процес розвитку національних підприємств великою мірою залежить від створення такої нормативно-правової бази, яка буде заохочувати активність підприємств та чесну конкуренцію. Малий та середній бізнес створює нові робочі місця, що є особливо актуальним під час кризи, крім того, сприяє розвитку конкуренції, оскільки в деяких сферах дрібні підприємства можуть змагатись зі значно більшими компаніями, коригуючи ціни на товари. Зростання кількості підприємств малого та середнього бізнесу необхідне також і з точки зору диверсифікації економіки регіонів України та створення середнього класу, який повинен стати основою стабільного розвитку суспільства як це відбувається у більшості розвинених країн [1]. Роль підприємництва полягає в створенні інноваційного простору, що у свою чергу призводить до оновлення економічної системи в цілому, тобто по суті його розвиток призводить до прискорення розвитку економіки. Переважна більшість українських компаній в секторі підприємництва – це малі та середні підприємства, подібно до більшості країн по всьому світі. 89% усіх таких підприємств в Україні працюють у секторі послуг, і на них припадає майже 45% зайнятості, а також вони генерують 56% доданої вартості. Майже половина доданої вартості послуг бізнесу створена у секторі оптової та роздрібною торгівлі [2]. Рівень розвитку малого бізнесу напряму визначає ступінь розвитку економіки держави в цілому. Наприклад, в країнах ЄС на 1000 громадян припадає приблизно 30 підприємців, в Україні ж спостерігаються нижчі показники. Більш стрімкий розвиток малого бізнесу на Заході обумовлений тим, що владні структури там надають великого значення підприємствам малого бізнесу та допомагають на державному рівні.

Одна з проблем, що гальмує розвиток малих та середніх підприємств – це не достатньо продумана податкова політика, що впроваджена в нашій країні. Вона йде всупереч із встановленою у світі практикою й сучасними світовими тенденціями розвитку економіки. Необхідно оптимізувати податкову політику, щоб збільшувалася кількість підприємців, що у свою чергу прискорить зростання економіки. Також важливою причиною небажання підприємців розвивати виробництво є незахищеність від політичної й економічної нестабільності. Отже, потрібні зміни в державній політиці розвитку підприємництва. Необхідно спростити створення малого та середнього бізнесу та надавати пільги на шляху становлення підприємництва.

Література:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Збірник статистики підприємництва в Україні: 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.oecd.org/eurasia/competitiveness-programme/eastern-partners/Compendium-Entreprise-Statistics-Ukraine-2018-Ukrainian.pdf>.

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ АТ КБ «ПРИВАТБАНК»

Галушка Д.В., Романчик Т.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Ефективне управління ризиками – це важливий фундаментальний напрямок банківського менеджменту. Практичний досвід зарубіжних країн щодо розвитку банківського бізнесу свідчить, що саме ризик-менеджмент став одним з найбільш конкурентних напрямків діяльності банків. Ефективне функціонування банків на фоні значного розширення спектру послуг, завдяки впровадженню удосконалених банківських технологій та засобів комунікацій, неможливе без створення прогресивної системи управління капіталом банку. Сьогодні актуальною науковою та практичною проблемою стає дослідження природи економічного капіталу та визначення його ролі в діяльності банку.

Об'єктом дослідження обрано АТ КБ «ПриватБанк», який на сьогоднішній день є великим українським універсальним комерційним банком, діяльність якого спрямована на обслуговування приватних осіб і корпоративних клієнтів всіх форм майна. За даними дослідження GFK Ukraine банк став лідером з числа українських банків з яким співпрацюють 53,4 % українців [1-2].

В процесі аналізу достатності та структури капіталу АТ КБ «ПриватБанк» запропоновано запровадити концепцію комплексного підходу до стратегічного управління його банківським капіталом, яка передбачає детальне вивчення об'єкта дослідження з усіх боків, встановлення як можна більшої кількості його стратегічних властивостей, зв'язків та стосунків. Саме такий підхід дозволяє врахувати множинність аспектів і при встановленні цілей розвитку банку збалансувати та поєднати їх у сукупності [3].

Комплексний підхід до управління банківським капіталом дозволить узгодити робочу структуру і задіяти ефективні управлінські методи, у відповідності до визначених стратегічних цілей АТ КБ «ПриватБанк», серед яких:

- збільшення доходу за акціями, тобто підвищення вартості банку для його акціонерів;
- підтримка достатнього рівня прибутковості, що є внутрішнім джерелом поповнення власного капіталу;
- дотримання вимог щодо розміру власного капіталу;
- управління ризиками.

Література:

1. Офіційний сайт АТ «ПриватБанк» // [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <http://privatbank.ua>
2. Показники діяльності банків згідно даних Асоціації українських банків // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://aub.org.ua/index.php?option=com_arhive_docs&show=2007&Itemid=112.
3. Чернишова Л.І. Концепція комплексного підходу до стратегічного управління банківським капіталом / Л.І.Чернишова // Праці Одеського політехнічного університету , 2011. –Вип. 2(36), С. 290-296.

АУДИТОРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Ганштель В.В., Лободзинська Т.П.

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут» імені Ігоря Сікорського», м. Київ

Розвиток ринкових відносин, реформування економіки України суттєво вплинули на систему фінансового контролю. Потреба в об'єктивності, правдивості інформації, законності фінансової звітності обумовила виникнення і становлення аудиту в Україні як незалежної форми контролю.

Досліджуючи проблеми аудиту, слід виділити найважливішу – проблему недовіри до аудитора, а саме недовіри до якості наданих аудиторських послуг. Ця недовіра викликана відсутністю контролю за якістю наданих послуг на державному рівні [1].

Основними проблемами сучасного аудиту є розробка та впровадження економічного регулювання аудиту: штрафні санкції за неякісні аудиторські послуги, страхування аудиторської відповідальності тощо. Відповідно до цього, основним аспектом підвищення рівня аудиту, має бути контроль за якістю аудиторських перевірок. Потребують, також, вирішення проблеми нормативно-правового регулювання і технології аудиторських послуг. Виникає необхідність розробки національних стандартів із використанням зарубіжного досвіду, з урахуванням наявної практики в Україні.

Розв'язання проблем має починатись на державному рівні Аудиторською палатою України з розроблення вимог щодо проведення та перевірки якості аудиторських послуг. Для підвищення ефективності аудиторських послуг доцільно створити комітет з контролю аудиторської діяльності, який буде законодавчо врегульовувати та контролювати якість, Також, запропонувати введення аналогічних цін на аудиторські послуги, що стимулюватиме до підвищення якості аудиторської діяльності [2].

Відсутність єдиної інформаційної та методологічної бази аудиту знижує ефективність роботи аудиторських компаній, тому, для вирішення цієї проблеми доцільно створити єдину інформаційну базу, вдосконалити законодавство та методики проведення аудиторських перевірок.

Отже, ефективна аудиторська діяльність в Україні потребує удосконалення та розробки державних, професійних та економічних механізмів регулювання. Наявність проблем зумовлює підвищення уваги до рівня якості та розробку нових підходів до їх вирішення.

Література:

1. Очеретько Т.І., Євсеєнко В.О. Основні проблеми та перспективи розвитку аудиторської діяльності в Україні. Економічні науки. Сер. : Облік і фінанси. –2013. –Вип. 10(4). – С. 100-105.

2. Миронова Ю. Проблеми розвитку аудиту в Україні. Всеукраїнська інтернет-конференція, 2009. - URL: <https://conf-cv.at.ua/forum/19-82-1>

СУЧАСНИЙ СТАН БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ В УКРАЇНІ

Ганштель В.В., Лободзинська Т.П.

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут» імені Ігоря Сікорського», м. Київ

В умовах ринкової економіки підприємства постійно взаємодіють між собою. Для здійснення діяльності обов'язковою умовою є наявність грошових коштів. Грошові розрахунки можуть бути як готівкової, так і безготівкової форми.

Стан безготівкових розрахунків впливає на ціноутворення, грошовий обіг, фінансовий стан підприємства, а отже і на соціальний стан населення. Безготівкові розрахунки дозволяють скоротити кількість готівкових коштів в обігу та частку ризику при розрахунках з покупцями і постачальниками.

Безготівкові розрахунки мають переваги над готівковими: 1) зменшують витрати праці та відсотки, пов'язані з використанням готівкових грошей (карбування, друкування, перевезення тощо); 2) сприяють безперервному кругообігу грошей, що оптимізує господарську діяльність суб'єктів господарювання. Особливістю безготівкових розрахунків є те, що списання грошових коштів з рахунку здійснюється банком за розпорядженням клієнта[1].

Зростання популярності інноваційних способів оплати та розширення платіжної інфраструктури сприяє розвитку системи безготівкових розрахунків із використанням платіжних карток. За даними НБУ, у 2019 році, порівнюючи з 2018 роком, кількість безготівкових операцій зросла на 29% (3 651,7 млн. операцій), а обсяг – на 27% (2 582,7 млрд. грн.). За кількістю операцій, порівняно з готівковими розрахунками, переважали безготівкові – 2 991,6 млрд. грн. – 81,9%. До того ж, обсяг безготівкових операцій складає 1 282,6 млрд. грн., що становить 49,7% всіх карткових операцій. За 2019 рік кількість платіжних карток в Україні збільшилась на 9% і становила 64,7 млн. шт.

Популярність безконтактних операцій позитивно впливає на розширення безконтактної платіжної інфраструктури. За 2019 рік мережа торговельних POS-терміналів зросла на 14,1%, що становило 318,4 тис. од., 89% яких дозволяють здійснювати безконтактні платежі [2].

Таким чином, перехід на систему безготівкових розрахунків є пріоритетним напрямком підвищення ефективності фінансової системи країни. Використання системи безготівкових розрахунків має низку переваг і відкриває перспективи щодо удосконалення платіжної системи в Україні, звільняючи від затрат, які необхідні для використання та оновлення значної маси готівкових грошей.

Література:

1. Лежненко Л. І., Шапошниченко Т. А. Проблеми безготівкових розрахунків в Україні. XXII міжн.наук.-практ.інтернет-конф., м. Запоріжжя 04 лист. 2019 р. Запоріжжя 2019, с. 54-57.

2. Національний банк України: Популярність безготівкових розрахунків. URL: <https://bank.gov.ua/news/all/populyarnist-bezgotivkovih-rozrahunkiv-platijnimi-kartkami-zrostaye-zavdyaki-innovatsiyam>

МЕНЕДЖЕР З ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ: ДІЯЛЬНІСНИЙ ПІДХІД

Гаркуша В.О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Організаційна культура, яка і є відображенням комплексів ментальних, культурних, соціально-психологічних, поведінкових, морально-етичних та інших якостей персоналу є однією з головних умов розвитку сучасної організації. При цьому система управління підприємства орієнтується як на управління кожним процесом зокрема, так і на взаємодію продуктивних процесів в організації як цілого [1, 2]. Системи інформаційно-аналітичного забезпечення формується на базі: даних бухгалтерського, оперативного та статистичного обліку і звітності; галузевих показники діяльності підприємств-аналогів; звітів та планів і прогнозів, отриманих у процесах стратегічного, тактичного і оперативного планування, аналізу, контролю і бюджетування [3-5]. Процес забезпечення фінансово-економічної безпеки суб'єкта господарювання передбачає наявність фахівця, здатного проводити оцінку, контроль та забезпечувати фінансово-економічну безпеку. Тому для менеджера з фінансово-економічної безпеки важливо виділити спеціальні задачі, як то: організація системи інформаційного менеджменту в компанії з метою виявлення загроз та небезпек; оцінювати і аналізувати критерії фінансово-економічної безпеки, що визначають оптимальність і ефективність фінансових потоків, здатність своєчасно виконувати свої зобов'язання (платоспроможність); проводити оцінку конкурентоспроможності підприємства, аналізувати діяльність конкурентів, основних кредиторів, інвесторів і дебіторів з метою недопущення неспроможності (банкрутства); контролювати перетікання фінансових потоків, зміни у структурі капіталу. Така діяльність дозволить визначити резерви підвищення фінансово-економічної безпеки, розробити адекватну фінансову стратегію і оптимізувати використання грошових потоків.

Література:

1. Ареф'єва О. В. Економічні основи формування фінансової складової економічної безпеки/ О. В. Ареф'єва, Т. Б. Кузенко// Актуальні проблеми економіки. - 2010. - № 1 (91). - С. 98-103.
2. Єршова Н.Ю. Методичний підхід до формування інформації в системі стратегічного управлінського обліку з метою підвищення економічної безпеки суб'єктів господарювання / Н.Ю. Єршова // Науковий вісник МГУ. Серія: Економіка і менеджмент. Одеса – Випуск 10. – Серія: Економіка і менеджмент. – № 10. – 2015 – С. 276-281.
3. Барановський О. І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізм забезпечення): Монографія/ О. І. Барановський. - К. : КНТЕУ, 2014. - 759 с.
4. Єршова Н. Ю. Шляхи вдосконалення системи внутрішнього контролю на підприємстві / Н. Ю. Єршова // Вісник ДДФА : Економічні науки : наук.-теор. журн. - Дніпропетровськ : ДДФА. – 2013. – С. 171–176.
5. Єршова Н.Ю. Оцінка стану підприємств промисловості на основі статистичного аналізу. Вісник Харківського національного університету. 2008. № 802. С.68–71.

ПРОФЕСІЙНА НЕКОМПЕТЕНТНІСТЬ ЯК ОСНОВНА ПРОБЛЕМА УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ СИСТЕМНОЇ ШТУЧНОЇ КРИЗИ

Гармаш С.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Сподівання українського народу на покращення свого становища після проведення президентських та парламентських виборів 2019 року виявляються марними. «Нові обличчя», анонсовані під час передвиборчих перегонів, виявилися беспорядними перед викликами системної кризи корумпованої країни. Криза самої команди – відсутність компетентних спеціалістів у своїх галузях, здатних бути «державниками», а не споживачами держресурсу заради власних кишенькових преференцій. Управлінці топ-рівня виявилися людьми без професійного минулого та моральних принципів. Їхніми першими кроками були скиглення щодо своїх зарплат, які не відповідають їхній ринковій вартості. Красномовний показник власного оцінювання! Результат їхньої діяльності – подальший занепад економіки, криза в усіх галузях та поступове вивільнення території від його населення. Прем'єр-міністр – «профан в економіці», безграмотна міністерка освіти та інші з команди «соросят», які були штучними «експертами», звичайними кар'єристами на політичній арені та провідниками інтересів певних олігархів, стали прикладами таких призначень. Їм не потрібно було навмисно шкодити, сама їхня некомпетентна професійна «діяльність» вже була шкодою на державному рівні. Виникає закономірне питання: у чийх інтересах відбувається ця свідомо кадрова деструкція на всіх рівнях управління в країні? Розуміло, що «... таке стало можливим через розповсюдження родинно-кланових відносин у всіх державних інституціях країни. А системна криза стала явищем, притаманним українському суспільству, що відображається на його добробуті і моральному стані» [1, с. 104]. Жалюгідне становище у системах освіти та медицини є наслідком розповсюдження таких відносин. «... кланова система правління глибоко пустила свої деструктивні коріння як у особистість, так і в суспільство в цілому; як по горизонталі, так і по вертикалі...» [2]. А у такій системі відносин професіоналізм та порядність вже не є ключовими орієнтирами.

Література:

1. Гармаш С. В. Інтеграція логістичних функцій в рамках логістичного менеджменту у системі управління сучасним промисловим підприємством / С. В. Гармаш // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 104-107.
2. Гармаш С. В. Роль непотизма в системі руйнівних факторів людського капіталу / С. В. Гармаш // Science and education: trends and prospects : coll. of sci. art. – New York : Yunona Publishing, 2018. – P. 84-90.

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Гейдарова О.В., Бушовська Л.Б.,

Хмельницький національний університет, м.Хмельницький

В роботі розглянуто роль та значення інформаційно-комунікаційних технологій як ключового фактору функціонування економіки в країні.

Зміцнення позицій України на світовій арені в умовах загострення конкуренції з боку інших держав, які володіють інформаційно-комунікаційними технологіями, а також посилення процесів інтернаціоналізації та глобалізації сфери науки і технологій залежить від можливості країни найефективніше використовувати не тільки свій науково-технологічний потенціал, а й ефект кооперації з іншими державами [1].

Інформаційно-комунікаційні технології – це сукупність методів, операційних процесів та програмно-технічних засобів, об'єднаних у технологічний ланцюжок, що забезпечує виконання інформаційних процесів з метою підвищення їхньої надійності та оперативності і зниження трудомісткості ходу використання інформаційного ресурсу [2].

Впровадження сучасних комп'ютерних і інформаційно-комунікаційних технологій практично в усі сфери діяльності призвело до формування єдиного інформаційного простору. Індекс розвитку інформаційно-комунікаційних технологій є сучасним комплексним показником, який використовується для оцінки рівня розвитку інформаційно-комунікаційних технологій в різних країнах.

Показники індексу розвитку інформаційно-комунікаційних технологій згруповані в три під індекси [3]: доступність інформаційно-комунікаційних технологій; використання інформаційно-комунікаційних технологій; навички інформаційно-комунікаційних технологій.

Отже, у сучасних умовах неможливо забезпечити якісне ведення бізнесу без впровадження й застосування новітніх інформаційно-комунікаційних технологій. Саме їх використання на практиці забезпечує дотримання суб'єктами підприємницької діяльності комплексу взаємодіючих і взаємодоповнюючих вимог, що формують якість продукції та послуг.

Література:

1. Рилач Н.М. Інформаційно-комунікаційні технології як пріоритетний фактор становлення постіндустріальної економіки// Актуальні проблеми міжнародних відносин. - Випуск 112 (Частина II). – 2013. – С.174-179
2. Гейдарова О.В. Інформаційні технології у формуванні ефективних комунікаційних мереж підприємницьких структур// "Информационные технологии в системе подготовки и повышения квалификации специалистов в области образовательного менеджмента. - Хмельницький:ТРИАДА, 2011. – С.278-282
3. Безугла К.О. Інформаційно-комунікаційні технології як фактор інноваційного розвитку економіки// Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем. Збірник наукових праць. Київ – 2013, випуск 18. – С. 42-54

НЕДОКУМЕНТОВАНІ ЗАКЛАДКИ ЯК ЧИННИК НЕБЕЗПЕКИ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ

Гейдарова О.В., Паюк В.П.,

Хмельницький національний університет, м. Хмельницький

В роботі розглянуто роль та значення недокументованих закладок у порушенні безпеки інформаційних систем.

Розвиток інформаційних технологій в різних сферах продовжує супроводжуватись невпинним бажанням зловмисників отримати вигоду за рахунок недоліків в їх захисті. Найбільш актуальними для отримання вигоди з погляду зловмисників є суб'єкти господарювання, які використовують інформаційні технології.

Інформаційна (автоматизована) система – це організаційно-технічна система, в якій реалізується технологія обробки інформації з використанням технічних і програмних засобів [1].

Одним із способів доступу зловмисників до інформаційних ресурсів суб'єктів господарювання є використання незадокументованих можливостей в програмному забезпеченні персональних комп'ютерів, які дозволяють здійснювати прихований несанкціонований доступ до ресурсів системи, як правило, за допомогою локальної мережі. Програмна закладка – потай впроваджена програма, яка створює загрозу для інформації, що міститься у комп'ютері. Основне призначення незадокументованих програмних закладок - забезпечити несанкціонований доступ до конфіденційної інформації. Програмна закладка може бути реалізована у вигляді зловмисної програми чи зловмисного програмного забезпечення або незадокументованого програмного коду в програмному забезпеченні [2].

Підприємство може використовувати готове програмне забезпечення, в якому вже присутні незадокументовані закладки, або зроблене під замовлення, в якому була здійснена неякісно його верифікація при прийнятті в експлуатацію.

Одним із завдань, які потребують вирішення, є розробка моделей незадокументованих закладок програмного забезпечення в інформаційних мережах.

Таким чином, незадокументовані закладки програмного забезпечення, які використовується в інформаційних системах, можуть завдавати значної шкоди користувачам персональних комп'ютерів, а особливо організаціям, які експлуатують комп'ютерні мережі та використовують спеціалізоване програмне забезпечення.

Література:

1. Закон України «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах»// Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80/94-%D0%B2%D1%80>

2. ДСТУ 3396.0-96. Захист інформації. Технічний захист інформації. Терміни та визначення. ДСТУ 3396.2-97

ФАКТОРИ СТРИМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Герасимчук В.Г.

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», м. Київ

Динамічність процесів, що відбуваються у світовій економіці, можна охарактеризувати такими категоріями, як глобалізація, інновація, інтеграція, конкуренція, сталий розвиток, циклічність, цифровізація. Особлива увага в економічній політиці держави має приділятися питанням інноваційного розвитку, оскільки саме якість управління інноваційними процесами виступає вирішальним фактором конкурентоспроможності національної економіки у світовій системі господарювання в умовах глобалізаційних викликів.

В Україні створена відповідна нормативно-правова база для забезпечення економічного розвитку за інноваційною моделлю. Йдеться про прийняті Закони України «Про інноваційну діяльність», «Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки», «Про загальнодержавну комплексну програму розвитку високих технологій», «Про наукову і науково-технічну діяльність» та інші.

Разом з тим, як зазначається в Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 р., в Україні простежуються тенденції зниження інноваційної активності: помітно зменшується кількість інноваційно-активних підприємств; обсяг фінансування інноваційної діяльності знизився до 0,3% ВВП; основним джерелом фінансування НДДКР залишаються власні кошти підприємств (84,5%); частка обсягу реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі зменшилася до 0,7%; скорочується чисельність науковців в країні (з 133, 7 тис. чол. в 2010р. до 59, 4 тис. в 2017р.) і т.д. [1]. Обсяг виробленої продукції в 2018р. нині становить лише близько 65% від рівня 1990р.

Серед перешкод, які стоять на шляху розвитку інновацій в економіці держави, варто зазначити: відсутність цілісної національної інноваційної системи (НІС), яка б спрямовувала діяльність усіх суб'єктів господарювання на суттєве підвищення конкурентоспроможності національної економіки; недостатні зусилля маркетингових інституцій у пошуках нових ринків збуту продукції вітчизняного товаровиробника; недосконалість інститутів політичного та регуляторного напрямку, підприємницького середовища; недостатня розвиненість інноваційної інфраструктура, що характеризується низьким рівнем валового накопичення капіталу, доступності та якісної роботи електронного уряду; недостатня участь науковців, середнього та малого бізнесу у міжнародних програмах. Необхідно вдосконалити організаційний механізм управління НІС. Його, на нашу думку, має очолити Міністерство промислової політики, яке потрібно відновити в структурі уряду, в тісному взаємозв'язку з Міністерством освіти і науки, Академією наук України і Міністерством економіки та торгівлі.

Література:

1. Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 10 липня 2019 р. № 526-р / Україна. Кабінет Міністрів // Урядовий кур'єр. 2019. № 143. 30 липня. С. 9-10.

ФОРМУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ЗВІТНОСТІ В УПРАВЛІННІ РИЗИКАМИ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Гладій І.О.

Вінницький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету, м.Вінниця

В процесі формування управлінської звітності в управлінні ризиками фінансової діяльності основний акцент потрібно приділяти моніторингу управління ризиками, оскільки саме він дозволяє відслідковувати статус ризику та визначати, чи досягнуто бажаного результату, чи зібрана уся достатня інформація для зниження ризику. Моніторинг ризиків повинен здійснюватися, на нашу думку, відповідним центром відповідальності шляхом збору інформації по динаміці ризиків та здійсненню планів впровадження заходів по їх управлінню [1].

Основну увагу слід приділити ризикам, пов'язаними з банками, небанківськими фінансово-кредитними установами, покупцями та замовниками. Ризик відносин із банком – ризик невиконання зобов'язань контрагентами-банками, включає кредитний ризик на такі типи операцій: розміщення тимчасово вільних грошових коштів на розрахункових рахунках і депозитах в банку-контрагента, прийом векселів банків і купівля інших цінних паперів, емітованих банком-контрагентом, укладання контрактів із застосуванням похідних інструментів (форварди, опціони та інші), а також залучення банківських гарантій та відкриття покритих акредитивів [2]. Ризик відносин з небанківськими кредитно-фінансовими організаціями – ризик невиконання зобов'язань контрагентами-небанківськими кредитно-фінансовими організаціями, включає кредитний ризик на такі типи операцій: прийом векселів небанківських кредитно-фінансових організацій, видача поручительства, надання лізингових і факторингових послуг. Для контролю таких видів заборгованості потрібно складати звіт про кредити та позики підприємства.

Ризик відносин з покупцями та замовниками – ризик невиконання контрагентами підприємства зобов'язань по дебіторській заборгованості за договорами, що передбачає видачу авансів. Звіти про стан дебіторської заборгованості складаються практично на всіх підприємствах, однак слід їх більше деталізувати. Це дасть змогу контролювати строки сплати за договорами з відстрочкою платежів, а також отримувати дані про кошти, що надійшли, нараховані штрафи, залишки заборгованостей дебіторів на останню дату. В процесі формування управлінської звітності за такими операціями підприємству доцільно складати також робочу таблицю, в якій узагальнювати за контрагентами можливості настання ризикових ситуацій.

Отже, надійність інформації, що відображена у звітності про ризики підприємства залежить від повноти та доступності інформації про контрагентів, а також від достовірності їх фінансової звітності.

Література:

1. Сопко В.В., Бенько М.М., Гончаренко О.М., Зима Ю.П., Король С.Я., Фоміна О.В. та ін. Дисциплінарна матриця управлінської звітності : монографія. Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ : КНТЕУ, 2016. 455 с. С. 1-455.
2. Каплан Р. Нортон Д. Организация, ориентированная на стратегию. Как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей; пер. с англ. Москва : Олимп-Бизнес, 2004. 416 с.

ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА СУЧАСНІ НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ВІТЧИЗНЯНОЇ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

Глухова С.В.¹, Кильницька Є.В.²

*¹Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,*

*²Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків*

За оцінками аналітиків та власного опрацювання статистичних даних 2015-2019 рр.

Україна входить в десятку найбільших активних споживачів кондитерських виробів.

В середньому за рік українці споживають близько 15 кг кондитерських виробів. При цьому більше 95 % ринку займають товари вітчизняних компаній.

Кондитерська галузь становить 15 % всієї харчової індустрії країни.

В кондитерський бізнес України залучено понад 50 000 працівників, які зайняті на восьми сотнях підприємств.

Українська сфера кондитерських виробів одна з найбільш модернізованих і висококонкурентних.

Ринок кондитерської продукції умовно поділяється на три основні сегменти:

- борошняні кондитерські вироби (найбільша частина ринку);
- шоколадні, які містять какао;
- цукристі без какао (карамель та ін.);

Найбільшим попитом кондитерські вироби користуються на сході країни, що, перш за все, пов'язано з високою концентрацією промисловості та населення в регіоні, а отже, і найширшим асортиментом кондитерської продукції.

Мешканці південного регіону споживають кондитерських виробів найменше, що може бути зумовлено особливостями клімату та невеликою кількістю дрібних виробників, представлених в регіоні.

Таким чином, найбільш загальні риси українського ринку кондитерських виробів наступні:

- постійний високий попит на продукцію;
- однорідність продуктових груп;
- ринкове формування ціни на продукцію;
- низькі бар'єри входу на ринок й виходу з нього.

ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Глущенко Я.І.

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», м. Київ

Для проведення порівняльного аналізу економік країн у міжнародній практиці використовується рейтингове оцінювання. Одним із показників, який дозволяє оцінити рівень інноваційного розвитку країни, є Глобальний індекс інновацій. За даними щорічної доповіді Всесвітньої організації інтелектуальної власності за період з 2011 по 2018 роки Україна піднялася з 60 на 43 місце. За вказаний період найнижчу сходинку наша країна посідала у 2013 році, а саме 71 місце. Починаючи з 2016 року спостерігався підйом з початку до 56 місця, потім до 50 у 2017 році, і 43 у 2018 році [1]. На рис.1 наведено бальну оцінку Глобального індексу інновацій України за 2011-2018 роки. Найвищу кількість балів за Глобальним індексом інновацій 38,52 Україна продемонструвала у 2018 році.

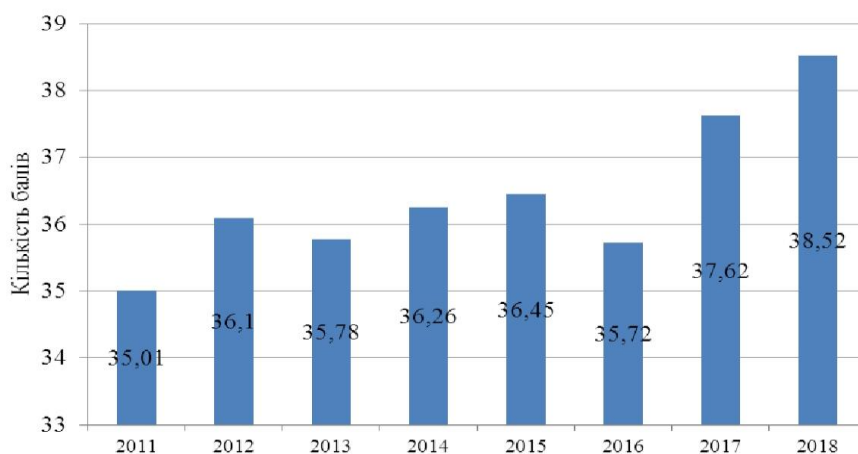


Рис. 1. Глобальний індекс інновацій України за 2011-2018рр. [1]

За Глобальним індексом інновацій у 2018 році Україна випередила Таїланд (44 місце), В'єтнам (45 місце), Російську Федерацію (46 місце), Чилі (47). Країнами, які посіли вищі місця, були Польща (39 місце), Литва (40 місце), Хорватія (41 місце), Греція (42 місце).

Безумовно, що на розвиток інновацій в країні суттєво впливає обсяг фінансування наукових досліджень і розробок. За даними Державної служби статистики України обсяги витрат на наукові дослідження і розробки з 2011 по 2018 роки коливались від 8513,4 млн. грн. до 16773,7 млн. грн. Щодо витрат на інновації промислових підприємств, то найменший обсяг витрат 7695,9 млн. грн. спостерігався у 2014 році, найбільший до 23229,5 млн. грн. у 2016 р. Частка інноваційно активних підприємств за досліджуваний період коливалась від 16,1 до 18,9% [2].

Література:

1. The Global Innovation Index. URL : <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report>. (дата зверення 12.03.2020).

2. Витрати на виконання наукових досліджень і розробок за видами робіт. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>(дата зверення 12.03.2020).

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Головчук Ю.О.

Вінницький торговельно-економічний інститут «КНТЕУ», м. Вінниця

Партнерські відносини у сфері малого, середнього та великого бізнесу виступають не тільки важливим складовим елементом підприємницької діяльності й необхідною умовою договірних відносин між контрагентами, даючи можливість кожному з них отримати певний рівень прибутку шляхом обміну результатами діяльності. В Україні інститут партнерства в бізнесі порівняно молодий, хоча окремі підприємства використовували елементи партнерства давно.

В умовах сучасного ринку при постійно зростаючій конкуренції, очевидно, що досягнення стійкого позитивного результату без залучення потенціалу, який дозволяє задіяти співпрацю між різними організаціями та підприємствами, практично неможливо, особливо з огляду на різноманіття форм такого роду взаємин: міждержавне, соціальне, міжфірмове партнерство. Підприємства змушені розробляти стратегії розвитку, що дозволяють розвиватися, зберігати лідируючі позиції на ринку і більш повно задовольняти персоніфіковані і все складніші потреби споживачів [1, с. 58].

Все частіше спостерігається тенденція об'єднання підприємств в бізнес-мережі, що дозволяє компаніям більш впевнено почувати себе на ринку і легше задовольняти потреби споживачів [2, с. 140].

Слід відзначити, що головне завдання управління взаємовідносинами – гармонізація інтересів усіх суб'єктів, що дозволяє створювати стійку конкурентну перевагу компанії на ринку. В даний час управління взаємовідносинами з зацікавленими сторонами або ключовими партнерами змінюється: на зміну традиційним методам ведення бізнесу приходять нові. Підвищений інтерес і пильна увага приділяється маркетинговим технологіям управління як інструменту розробки і реалізації корпоративних стратегій. Кожна з областей маркетингу має свої цілі, завдання і стратегії, які пов'язуються із загальною маркетинговою метою, підпорядкованої в свою чергу цілям компанії. Цей підхід спрямований на реалізацію місії підприємства і досягнення стратегічних цілей, в тому числі і в формуванні стійких партнерських відносин з партнерами.

Література:

1. Дибчук Л.В., Пчелянська Г.О. Маркетингового-логістична модель дистрибуції на продовольчому ринку." Проблеми економіки. 2019. №3. С. 54–60, available at: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2019-3-54-60>

2. Стадник В., Соколюк Г., Головчук Ю. Функція маркетингу в мінімізації ризиків партнерської взаємодії в бізнес-системах індустрії туризму. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2019. Вип. 2 (21). С. 132-145, [available at: http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2019/19svvbit.pdf](http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2019/19svvbit.pdf)

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ТА СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ДЛЯ СЕРЕДНІХ КОМПАНІЙ ТА МАЛОГО БІЗНЕСУ

Гололобова О.М.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Сучасний бізнес функціонує в умовах наростання складності, невизначеності та динамічних змін, що відбуваються у зовнішньому середовищі. Джерела виникнення невизначеності різноманітні і пов'язані з дією цілого ряду чинників, які перебувають як усередині організації, так і зовні її. Необхідність зберігати гнучкість і адаптивність, можливість приймати адекватні дії в мінливому світі зовсім не означають, що підприємство зможе діяти, не маючи ніякого затвердженого плану. У зв'язку з цим в даний момент зростає значимість розробки стратегії та стратегічного планування не тільки для великих, а й для середніх компаній, а також для малого бізнесу.

Планування забезпечує своєчасність рішень, дозволяє уникати поспішності в рішеннях, встановлює чітку мету і ясний спосіб її реалізації, а також дає можливість контролювати ситуацію. Будь-яка організація не може обходитися без планування, так як необхідно приймати управлінські рішення щодо: розподілу ресурсів; координації діяльності між окремими підрозділами; координації з зовнішнім середовищем (ринком); створення ефективної внутрішньої структури; контролю за діяльністю та розвитку організації в майбутньому.

Особу увагу в процесі планування необхідно приділити такому важливому поняттю, як цілепокладання. Це процес розробки системи цілей, починаючи від загальних цілей організації та закінчуючи цілями окремих її підрозділів. В результаті виходить дерево цілей, яке лежить в основі всього процесу планування. Але саме по собі наявність мети ще не означає, що вона буде досягнута, необхідна наявність відповідних матеріальних, фінансових і людських ресурсів. При цьому часто від кількості цих ресурсів залежить рівень досягнення мети. Як результат координації з'являються плани, в яких поєднуються заходи щодо досягнення цілей, терміни, кошти і виконавці.

Для реалізації процесу планування також необхідно мати налагоджену організаційну систему. Робота організації спрямована на досягнення планового показника, і від того, як побудована і скоординована ця робота, залежить результат. Навіть самі ідеальні плани не будуть реалізовані без відповідної організації. Повинна існувати виконавська структура. Крім того, у організації повинна існувати можливість майбутнього розвитку, так як без цього організація буде руйнуватися (якщо ми не розвиваємося, значить, ми вмираємо). Майбутнє організації залежить від умов середовища, в якій вона працює, від навичок і знань персоналу, від того місця, яке організація займає в галузі (регіоні, країні).

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗВОРОТНОЇ ЛОГІСТИКИ

Гончарук А.М., Гончарук О.В.

Хмельницький національний університет, м. Хмельницький

Політика глобалізації все більше стимулює виробничі компанії виробляти екологічно чисті продукти, що пропонують стійку конкурентну перевагу. Водночас в умовах зростання обмеженості ресурсів все більшої уваги необхідно приділяти побудові ефективних моделей управління матеріальними потоками за напрямом руху від споживачів до виробників, що зумовлює доцільність досліджень у цьому напрямку. Зворотна логістика розглядається як найважливіша частина управління ланцюгами поставок у розвинених країнах; на жаль, її впровадження в країнах, що розвиваються, знаходиться на початкових етапах через певні бар'єри. Зі швидким збільшенням чисельності населення по всьому світу та бурхливим розвитком технологій зросло виробництво та споживання продукції, що має короткий життєвий цикл. Масове виробництво сприяло зростанню споживання сировини, що призвело до збільшення та заповнення сміттєзвалищ. Політика глобалізації стимулювала виробничі компанії виробляти екологічно чисту продукцію, застосовуючи реінжиніринг та інноваційні технології.

Зворотна логістика – це будь-яка діяльність, яка прямо чи опосередковано пов'язана з відновленням, поверненням чи утилізацією вживаної продукції. За даними Виконавчої ради Американської реверсивної логістики [1], зворотна логістика – це процес планування, впровадження та контролю, економічно-вигідного потоку сировини, виробничих запасів, готової продукції та відповідної інформації від споживача до точки походження для відновлення вартості або належної утилізації.

Проблеми зворотної логістики набувають все більшого значення і потребують вирішення, вони можуть бути пов'язані з різними факторами, такими як відкликання продукції, переробка, гарантійне повернення, закінчення терміну експлуатації тощо. Зворотна логістика – це процес управління регресивним потоком та переробкою вживаної продукції від споживача до постачальника з метою створення додаткової вартості, мінімізації витрат та захисту навколишнього середовища [2]. Виснаження ресурсів збільшує витрати на звалища, що також підтверджує важливість політики зворотної логістики для виробників та інших зацікавлених сторін.

Адаптація методів зворотної логістики може допомогти виробникам мінімізувати забруднення довкілля за рахунок зменшення навантаження продукцією у якої закінчився термін експлуатації Проте реалізація зворотної логістики в країнах, що розвиваються є вкрай складною, особливо в Україні, через існування ряду перепон, які необхідно докладніше розглянути у подальших дослідженнях.

Література:

1. Rogers, D.T.-L.; Tibben-Lembke, R. RS Going Backwards: Reverse Logistics Trends and Practices. Reverse Logistics Executive Council; University of Nevada, Reno, Center for Logistics Management: Reno, Nevada, 1998.
2. Govindan, K.; Soleimani, H. A review of reverse logistics and closed-loop supply chains: A Journal of Cleaner Production focus. J. Clean. Prod. 2017,142, 371-384. [CrossRef]

СУЧАСНІ ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В БІЗНЕСІ
Горбунов М.П., Яценко О.М.
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Стратегічне прогнозування, пошук та оцінка прийнятих рішень на різних рівнях управлінської діяльності передбачає пошук, обробку і аналіз великого масиву даних: корпоративної та інтернет інформації. Сьогодні для цього використовуються десятки методів як кількісних так і якісних і їх кількість збільшується. Одним із інструментів, який поєднує в собі ці методи є форсайт-проект. Тисячі форсайт-досліджень в різних країнах світу із спектром від крупних національних прогнозів до дослідження перспектив телебачення для дітей. Проте перетворення великої кількості початкових даних в корисну інформацію, яка необхідна для прийняття правильних та своєчасних рішень за короткий термін, потребує сучасних цифрових технологій. Використання таких технологій вже набирає обертів у світі. Ще недавно вони використовувались лише великими компаніями, а зараз стають доступними малому та середньому бізнесу. Перелік достатньо великий. Зупинимося на декількох. Bigdata – технології пошуку, обробки та використання неструктурованої інформації у великих обсягах. Якщо у 2008 році, коли з'явилося це словосполучення, до нього відносили масиви неоднорідної інформації обсягом більше 150 Гб на добу, в 2005 році світ оперував вже 4-5 ексабайтами (4-5 мільярдів гігабайт), то в 2015 році ці показники зросли до 7 зеттабайт (1 ЗБ=1024 ексабайтам). Прогноз на 2020 рік – системи Bigdata будуть оперувати 42-45 зеттабайтами інформації. До розвитку цифрових технологій для роботи з такими обсягами інформації долучилися гіганти цифрового бізнесу – Microsoft, IBM, Oracle, EMC та інші. Bigdata сьогодні є альтернатива традиційним базам даних та рішень [Business Intelligence](#).

В багатьох державах важливого пріоритету набирає використання в різних галузях цифрової економіки нейротехнологій. Наслідки інтенсивного дослідження інтелекту людини, поряд зі штучним інтелектом, плануються до впровадження в різних сферах діяльності людини і на благо людини. А нейроінтелектуалізація комп'ютерних систем забезпечить прийняття більш зважених економічних рішень із врахуванням великих обсягів інформації та особливостей людини. На сьогодні, із дослідження фахівців, нейротехнології набувають поширеного використання в медицині, сфері безпеки, торгівлі, логістиці, туризмі. Важливе значення матиме впровадження нейротехнологій для заміни ручної важкої праці роботами зі штучним інтелектом.

Поряд із переліченими цифровими технологіями все більшої актуальності набирає Blockchain технологія. Отримавши визнання великих банків світу і маючи безмежний потенціал для цієї технології відкриті шляхи до усіх сфер діяльності людини.

ВЕГЕТАРІАНСТВО: АРГУМЕНТИ ЗА І ПРОТИ

Гордієнко В.О., Білоцерківський О.Б.
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків

Товарознавство харчових продуктів є основою розвитку харчової промисловості і водночас сприяло розвитку таких наук, як дієтологія, фізіологія харчування [1]. Однією із систем харчування, що вивчається цією наукою, є вегетаріанство. Вегетаріанство – це не новомодна дієта, як вважає багато хто, а спосіб харчування, при якому людина не вживає м'ясо, птицю, рибу, морепродукти, а також (іноді) яйця, молоко [2]. Зазвичай вегетаріанцями стають з двох причин: через небажання споживати в їжу м'ясо забитої тварини (моральний аспект) або через бажання поліпшити стан здоров'я через відмову від тваринної їжі (дієтологічний аспект) [3]. І перша, і друга причини вегетаріанства поважні, хоча можна знайти ряд аргументів як за, так і проти.

Переваги вегетаріанства:

- Зниження ризику розвитку багатьох захворювань: шлунково-кишкового тракту, серцево-судинних, очних і т.д.
- Відсутність проблем із зайвою вагою.
- Тривалість життя у вегетаріанців вище, ніж у людей, які регулярно вживають в їжу м'ясо [4].

Недоліки вегетаріанства:

- Обмеження по здоров'ю. Наприклад, Ви не зможете стати сиродом-фрукторіанцем, якщо маєте проблеми зі шлунком.
- Дороговизна збалансованої дієти без м'яса, якщо врахувати, скільки взимку стоять багато овочів і фруктів.
- Нестача вітамінів, жирів і мінералів, особливо, якщо Ви вирішили відмовитися від молочних продуктів і яєць.

Дані статистики говорять про те, що 90% всіх захворювань людей походять від неправильного раціону, і в більшості випадків лікування можливе тільки дієтою. Правильне харчування дивує своїми результатами. Але про плюси вегетаріанства можна говорити тільки в тому випадку, якщо дієта повноцінна і збалансована та враховує потреби людського організму. Якщо Ваше рішення відмовитися від м'яса остаточне і непохитне, то слід шукати альтернативні джерела відсутніх в організмі речовин.

Література:

1. Білоцерківський О. Б., Другова О. С. Товарознавство харчових продуктів. Вісник НТУ «ХПІ». Сер. Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. 2012. № 12. С. 17-21.
2. Вегетаріанство. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/ Вегетаріанство](https://uk.wikipedia.org/wiki/Вегетаріанство) (дата звернення: 04.03.2020).
3. Ом Д. Vegan Life. Счастье легким путем. Главный тренд XXI века. 2018. 256 с.
4. Бауэрс М., Иванова Н. Вегетарианство – ключ к здоровью. 2002. 288 с.

ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Грезіна М. Р., Кочетова Т.І.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

В сучасних економічних умовах України виникає необхідність створення відповідної концепції та методів формування корпоративної культури організації як основи її сталого розвитку в майбутньому.

Корпоративна культура — це сукупність моделей поведінки, що придбані організацією в процесі адаптації до зовнішнього середовища і внутрішньої інтеграції, які показали свою ефективність і розділяються більшістю членів організації.

Національна культура відіграє величезне значення при формуванні корпоративної культури компанії. Трапляється таке, що деякі аспекти національної культури можуть мати розбіжності з корпоративною культурою. Несумісність корпоративних і національних цінностей може призвести до того, що компанія не зможе працювати ефективно. Міжнародні компанії мають філії по всьому світі, тому вони часто схильні до впливу культур різних країн.

Пропоную розглянути варіанти вирішення даної проблеми. На сьогоднішній момент існує такий принцип формування корпоративної культури, як AGILE. Даний принцип говорить нам, що ефективність діяльності організації залежить від її здатності адаптуватися до умов зовнішнього середовища, що динамічно розвиваються.

Тож знаючи головну ідею моделі AGILE ми можемо виділити основні блоки цінностей, притаманним корпоративній культурі успішної компанії: відповідність культури компанії поставленим цілям розвитку, націленість на результат, адаптивність, командний підхід до вирішення завдань.

Метод AGILE може стати прискорювачом змін і дозволити організаціям мати лідируючі позиції на ринку в довгостроковій перспективі.

Підсумовуючи, можна виділити наступні чинники, які можуть негативно впливати на розвиток корпоративної культури в зовнішньоекономічній діяльності підприємства: подвійні стандарти керівництва. Управлінські рішення, які приймаються без урахування цінностей компанії підривають віру співробітників у власних керівників, байдужість співробітників. Ігнорування корпоративної культури відбувається через невідповідність власних цілей співробітників до бізнес-цілей організації, конфлікт локальних корпоративних культур.

Таким чином можна стверджувати, що система корпоративних цінностей є ядром корпоративної культури в організації і саме від неї залежить ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства та сформований імідж.

БІЗНЕС-СИСТЕМИ ТУРИСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Гризівська Л. О.

Хмельницький національний університет, м. Хмельницький

Глобальна системна функція будь-якого бізнесу полягає у перетворенні деякої сукупності обмежених ресурсних можливостей суспільства в конкретні (з урахуванням спеціалізації бізнесу) способи й форми задоволення суспільних потреб. Ця функція має як внутрішні обмеження, зумовлені ресурсними можливостями окремого суб'єкта економічної діяльності, так і зовнішні обмеження, які накладаються бізнес-оточенням і впливають різновекторно, до того ж – постійно змінюючись. Усе це ускладнює ведення бізнесу, порушує його ритмічність і зменшує ефективність. Тому стратегічне завдання менеджменту кожної підприємницької структури полягає у обґрунтуванні і побудові оптимальної (з погляду стратегічних цілей бізнесу) моделі ведення бізнесу, функціонально-просторова будова якої має вигляд бізнес-системи.

Сучасна економічна спільнота поступово відходить від моделі конкурентного виживання і все більше звертає увагу на взаємовигідну роботу і співпрацю, яка набагато швидше дозволяє залучити нових покупців і клієнтів. Високий рівень диференціювання споживчих переваг туристів (як за змістом і функціональною спрямованістю туристичного продукту, так і за його ціною) спонукає суб'єктів туристичної індустрії до побудови партнерських мереж із іншими учасниками індустрії гостинності – готелями, закладами харчування, транспортними фірмами, екскурсійними бюро та ін., які можуть урізноманітнювати свої послуги відповідно до потреб споживачів туристичного продукту. Об'єднуючи різні за функціональним призначенням у структурі туристичного продукту підприємства у стратегічне партнерство, бізнес-система збільшує не тільки загальний ресурсний потенціал її учасників, а й потенціал ринковий. Тобто, на ринок може бути виведено більшу кількість туристичних продуктів.

Для підприємницьких структур туристичної індустрії важливим завданням стратегічного характеру є побудова бізнес-системи, яку можна було б назвати оптимальною з позицій здатності урізноманітнювати склад і форму подання туристичної послуги. І це дає підстави стверджувати, що ключова роль у формуванні бізнес-систем туристичного підприємництва має належати маркетингу взаємодії – як одній з управлінських технологій, що здатна найбільшою мірою впливати на вибір стратегії партнерства. І не лише з метою максимізації споживчої цінності туристичних продуктів і послуг, а й для зменшення ризиків порушення вигідності партнерства, що важливо для стратегічного розвитку партнерської мережі з урахуванням перспективних технологій роботи з клієнтами і вдосконалення процесів ведення бізнесу – бізнес-процесів.

Отже, бізнес-система як функціонально-структурна модель бізнесу є сукупністю структурних одиниць, об'єднаних системою економічних відносин з метою виготовлення і реалізації на певному сегменті ринку конкурентоспроможного і рентабельного продукту; вона може включати як ланки одного підприємства, так і кількох, інтегруючи їх ресурси для мінімізації витрат і максимізації вигоди (доходу).

ЕКСПЕРТИ ІНДУСТРІЇ 4.0: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ КОМАНДНОЇ РОБОТИ

Грінько І. М.

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», м. Київ

Робота у командах експертів із питань Індустрії 4.0 має свої як переваги, так і недоліки. Розглянемо основні із них. Перевагами командної роботи у перспективі може бути підвищення якості управлінських рішень. Також, за рахунок висловлених думок та ідей учасників команди, знаходження консенсусу, скорочується час на пошук оптимальних рішень та оперативно виробляються тактичні дії щодо вирішення проблемних питань. Завдяки злагодженості командної роботи пропонуються та реалізуються багатоаспектні підходи щодо вирішення досить складних завдань, які постають перед командою. Звісно втілити запропоновані ідеї значно легше разом, ніж індивідуально. Командна робота стимулює і зосереджує учасників на розумовому підході у досягненні загальної мети. Відповідно, це надає змогу виокремити талановитих експертів (працівників-виконавців), які спроможні і мають здатність генерувати ідеї. Робота у командах сприяє активізації ділової співпраці членів колективу. Перевагами командної роботи є гнучкість розподілу завдань, зростання кваліфікації учасників команди за рахунок необхідності та доцільності інтеграції знань та досвіду. Відповідно, це сприяє спрощеному обміну інформації між членами команди та творчій атмосфері роботи, узгодженню різних інтересів учасників.

Зазвичай, у практичній діяльності, за рахунок командної роботи у організаціях скорочується плінність кадрів, згуртовується колектив, зменшується кількість конфліктних ситуацій, підвищується мотивація персоналу до праці. Керівництво організації може подолати пасивну поведінку окремих працівників саме завдяки залучення їх до командної роботи.

Недоліками командної роботи експертів можна вважати витрати часу на формування команди та організацію її роботи. Збільшення кількості працівників, які матимуть досвід до конфіденційної інформації підприємства, також варто віднести до недоліків функціонування команди. Зазвичай учасники команди не тісно співпрацюють і спілкуються із іншим персоналом, що також не є ефективним засобом згуртованості усього персоналу, а не лише членів команди. При прийнятті рішень командою експертів потрібно дійти консенсусу усіх її членів, і тільки потім прийняти виважене рішення щодо вирішення проблеми, а це є відповідне затримання у часі щодо прийняття тих чи інших рішень в розвитку передових технологій організації. При командній роботі знижується мотивація індивідуального успіху, і зростає відповідальність за виконану роботу, так як від її швидкості виконання учасником команди, залежить оперативність роботи самої команди. Робота у команді передбачає домінування позиції визнаних експертів (авторитетів) команди, що негативно відображається на роботі інших її учасників, які не є відомими експертами.

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА СИСТЕМУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ

Грушка А.О., Лободзинська Т.П.

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», м.Київ

Глобалізаційні процеси, що відбуваються у світовій системі, істотно впливають на розвиток бухгалтерського обліку, що передбачає створення систем масштабного управління та широке інформаційне забезпечення. Глобалізація призвела до того, що низка аспектів бухгалтерського обліку як навчальної дисципліни і практичного застосування, також, набули міжнародного характеру.

Глобалізація вносить свої корективи у систему бухгалтерського обліку України. До основних її наслідків можна віднести:

- переорієнтація на задоволення інтересів глобальних користувачів, в першу чергу інвесторів;
- формування фінансової звітності із врахуванням вимог МСФЗ, що передбачає внесення змін в план рахунків, ведення реєстрів бухгалтерського обліку, проведення господарських операцій. Існує думка, що впровадження МСФЗ також зможе надати перевагу у відображенні інформації, доступної та зрозумілої кожному, навіть при територіальній віддаленості від самого суб'єкта господарювання;
- ігнорування інтересів основних користувачів бухгалтерської інформації – управлінців, керівників, при цьому звертаючи увагу саме на потреби учасників міжнародних ринків капіталу. Як результат, це може вплинути на зниження рівня управління на підприємстві та виконання основних функцій управління – обліку, аналізу і контролю [1,с.10].

Для забезпечення ефективного розвитку бухгалтерського обліку в Україні в наш час необхідністю є раціональне використання міжнародних стандартів з урахуванням економічного та політико-правового середовища і стану ринкових відносин [2, с.46].

Міжнародна система обліку і звітності є одним із найважливіших елементів глобалізації, і тому, подальший розвиток національної облікової системи буде здійснюватися шляхом гармонізації з міжнародною. Таким чином, в умовах глобалізації, впроваджено модель бухгалтерського обліку, що дозволяє усувати бар'єри на шляху до сумісності міжнародних норм і національних правил ведення обліку. Також, з огляду на те, що глобальні процеси розвиваються стрімко, необхідно сформуванню довгострокову стратегію національного розвитку, намітити низку вихідних принципових позицій, які б визначили кардинально нову концепцію розвитку бухгалтерського обліку, її стратегію та засоби реалізації в Україні.

Література:

1. Поленова С.Н. Глобализация мировой экономики и тенденции бухгалтерского учета // Международный бухгалтерский учет. 2008. № 8. с. 7-17.
2. Петрук О.М. Гармонізація національних систем бухгалтерського обліку: [Текст] / О.М. Петрук. – Житомир: ЖДТУ, 2005. – 420 с.

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПОЛІТИКИ ФОРМУВАННЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В УКРАЇНІ

Гура А.О.

ХНПУ імені Г.С. Сковороди, м. Харків

На сучасному етапі надзвичайно актуальними є наукові дослідження, які спрямовані на пошук та вдосконалення ефективних шляхів, методів і механізмів стабілізації та подальшого зростання життєвого рівня населення. Оскільки основним джерелом доходів для переважної частини населення є заробітна плата удосконалення політики її формування є важливою проблемою сьогодення. Виходячи з позицій, що визначальним при встановленні розмірів мінімальної заробітної плати є споживчий кошик, доцільно на законодавчому рівні «переглянути» його вміст, в бік приведення його у відповідність реальним життєвим потребам людини та медичним стандартам. Розрахунок прожиткового мінімуму необхідно проводити з урахуванням, крім традиційного споживчого набору, податку з доходів фізичних осіб, оплати житла, комунальних послуг, освіти, медичного обслуговування тощо. Необхідно постійно здійснювати коригування розміру прожиткового мінімуму відповідно до фактичного індексу інфляції.

Пріоритетним завданням є не тільки забезпечення зростання мінімальної заробітної плати, а й створення умов для зростання продуктивності праці, інакше це радше спричинить посилення споживацьких настроїв у суспільстві та інфляційного тиску на економіку країни.

Важливим напрямом є збільшення рівня оплати праці в бюджетній сфері до рівня середньої заробітної плати в економіці, це дозволить не тільки підвищити платоспроможний попит, а й знизити рівень службових зловживань. Необхідно посилити рівень залежності заробітної плати від професійно-кваліфікаційного рівня працівників, кількості, якості та результатів праці, як це передбачається світовою практикою.

З метою збільшення розмірів реальних наявних доходів населення необхідно запровадити новий розмір неоподаткованого мінімуму доходів громадян, який з жовтня 1995 р. не переглядали і який на сьогодні складає 17 грн. Зважаючи на істотне зростання середньомісячної заробітної плати в розрахунку на одного штатного працівника в Україні, неоподаткований мінімум фактично втратив ознаки економічної категорії і є недіючим інструментом фіскальної політики. Податкову ж соціальну пільгу не застосовують до доходів переважної більшості працівників, оскільки розмір їх зарплати вище граничного доходу для її застосування. У разі підвищення розміру неоподаткованого мінімуму доходів громадян, скажімо, до рівня прожиткового мінімуму для працездатних осіб зростуть чисті доходи населення (особливо працівників, які мають невисоку офіційну заробітну плату) та, відповідно, підвищиться їх платоспроможний попит; частково зменшиться обсяг бюджетних надходжень від оподаткування доходів громадян, який згодом буде компенсовано за рахунок розвитку економіки.

ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Гусаковська Т.О., Колісник А.О.

Полтавський університет економіки і торгівлі, м. Полтава

Ефективність та успішність будь-якого підприємства передбачає його вміння швидко адаптуватися до мінливих умов ринку і випереджати своїх конкурентів. Конкурентоспроможність є одним з основних критеріїв оцінки ефективності діяльності і розвитку підприємства. Управління конкурентоспроможністю являє собою сукупність функцій щодо управління конкурентними перевагами підприємства.

Об'єктивний підхід передбачає розгляд конкурентоспроможності як результат реалізації сукупності переваг і зіставлення результатів функціонування підприємств-конкурентів. З точки зору суб'єктивного підходу конкурентоспроможність є результатом більш ефективного функціонування внутрішнього середовища підприємства, яке є результатом оптимального управління.

Основними об'єктами конкурентоспроможного управління є ті процеси, від яких залежить фінансові ресурси, кадровий потенціал підприємства, виробничі можливості, відповідна якість продукції, що випускається. Таким чином, фактичний стан процесу з його характеристиками, передбаченими програмою управління, безпосередньо залежать від створення управлінських рішень щодо конкурентоспроможності підприємства [1].

З урахуванням загальних і специфічних принципів процес управління конкурентоспроможністю підприємств розглядається як сукупність різних бізнес-процесів в певній послідовності, спрямованих на забезпечення ефективного процесу управління і досягнення високого рівня конкурентоспроможності.

Система управління конкурентоспроможністю багатьма авторами розглядається як система формування конкурентних переваг і конкурентного потенціалу, конкурентних стратегій, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, яка визначає конкурентну позицію і конкурентний статус підприємства на ринку [1, 2, 3]. Система управління конкурентоспроможністю є стрижневою по відношенню до інших функціональних підсистем підприємства. Виділення її в якості базової дозволить підприємству більш раціонально управляти своїми конкурентними перевагами і забезпечить досягнення його високої ефективності.

Література:

1. Дзина М.А. Теоретические основы формирования механизма управления конкурентоспособностью предприятия. *Культура народов Причерноморья*. 2006. № 95. С. 118–126
2. Кузубов А.А. Анализ системы управления конкурентоспособностью предприятий. *Фундаментальные исследования*. 2015. № 12-5. С. 1028-1031.
3. Діденко Є.О., Жураківський П.І. Модель управління конкурентоспроможністю підприємства. *Ефективна економіка*. 2017. №5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5590> (дата звернення: 02.03.2020).

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: МОТИВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

Гуцан О.М.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Функціонування підприємства тісно пов'язано з певними наслідками його діяльності та відповідальністю перед людиною, соціумом, нащадками. На сьогодні, вмотивований співробітник є драйвером розвитку та об'єктом відповідальності підприємства. Наразі, існує багато досліджень в галузі мотивації [1-6]. Однак, відповідальності в мотивації не приділяється належна увага.

Відповідальність у мотиваційному аспекті (в авторському розумінні) - це системно сформоване ставлення підприємства щодо необхідності забезпечення гідного рівня існування суб'єкта мотиваційного управління та реалізації системи потреб та їх наслідків в системі економічних відносин. Можливо виділити певні рівні відповідальності: 1) внутрішній – дозволяє сформувати психологічно стабільного індивідуума на основі задоволення первинних та фізіологічних потреб та формування почуття захищеності, 2) працівника – формується на основі реалізації комплексу потреб (як попереднього так і вищого рівня) своїх та членів родини через засоби надані підприємством та формування почуття впевненості в середньотерміновому та довгостроковому періоді, 3) підрозділу – формується через застосування засобів щодо зацікавлення сумісної роботи, 4) підприємства – формується через систему прозорих засобів різної спрямованості щодо впровадження, моніторингу, системне дотримання правил та обіцянок в зазначеному аспекті 5) соціум – формується через пост опосередкований вплив зазначених рівнів та виявляється в можливості (часовій, фінансовій) здійснення соціально-орієнтованих та важливих заходів та вчинків (громадська діяльність, волонтерство та ін.). Отже, формування мотиваційної політики на засадах відповідальності та з врахуванням зазначених рівнів дозволить підвищити ефективність діяльності підприємства та сформує його позитивний імідж.

Література:

1. Колот А.М. Мотиваційний менеджмент: підручник / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. — К.: КНЕУ, 2014. – 479 с.
2. Pererva Petro Evaluating elasticity of costs for employee motivation at the industrial enterprises / Petro Pererva, Oleksandr Hutsan, Valerii Kobieliev, Andrii Kosenko, Volodymyr Kuchynskyi // Problems and Perspectives in Management. - Volume 16.- Issue №1.- 2018.- pp. 124-132..
3. Гуцан О.М. Дослідження сутності мотиваційних теорій: сучасні, теорії атрибуції та поля. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Збірник наукових праць. – Х. : НТУ «ХПІ». – 2017. - №24 (1246). – 160 с., С. 26 - 30
4. Гуцан О.М. Наукометрична систематизація теоретичних підходів до формування мотивації / О.М. Гуцан, В.А. Кучинський, Д.Ю. Крамської // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2019. – № 23. – С. 106-110
5. Кучинський В.А. Інноваційна сприйнятливість персоналу як основа економічного розвитку підприємства / В.А. Кучинський, О.М. Гуцан, Д.Ю. Крамської // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2019. – № 24. – С. 110-116.
6. Кучинський В.А. Інноваційні технології в менеджменті персоналу і управлінні виробничими системами / В.А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 127-130.

ПРОФЕСІЙНЕ НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Гуцан О.М., Коваль О.І.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Професійне навчання персоналу – це цілеспрямований процес формування у працівників теоретичних знань, умінь і навиків, типу поведінки потрібних зараз чи в майбутньому [1, с. 349]. Професійне навчання персоналу сприяє підвищенню конкурентоспроможності працівників на ринку праці [1-2]. Вони, підвищуючи свій рівень кваліфікації чи опановуючи нову професію, здобувають додаткові можливості для планування трудової кар'єри як на підприємстві, так і за його межами [3].

Основною метою професійного навчання персоналу є підвищення вартості людського капіталу на базі формування ключових компетенцій. Досягнення цієї мети суттєво залежить від того, наскільки цілі професійного навчання відповідають стратегії розвитку персоналу та стратегії підприємства [3-5].

Професійне навчання персоналу пов'язане з великими витратами фінансових, матеріальних і людських ресурсів. Збільшення інвестицій у людський капітал, формування бюджету навчання, контроль за витрачанням коштів на навчання – це дуже важливі завдання розвитку персоналу [1-2, 6-7].

Визначення потреб у навчанні працівників – це встановлення невідповідності між фактичним станом і професійними знаннями, уміннями та навиками, а також типом поведінки, які повинні мати працівники підприємства для виконання їх поточних, середньострокових і перспективних цілей [1]. Варто також враховувати індивідуальні побажання щодо змісту і форм навчання. Доцільно індивідуальні побажання підкріплювати матеріальними та моральними стимулами щодо професійного розвитку [7].

Література:

1. Управління персоналом : підручник / [В. М. Данюк, А. М. Колот, Г. С. Суков та ін.] ; за заг. та наук. ред. к.е.н., проф. В. М. Данюка. — К. : КНЕУ; Краматорськ : НКМЗ, 2013. — 666 с.
2. *Перерва П.Г.* Розвиток ринкового потенціалу підприємств на основі ефективного формування і використання людського капіталу / *П.Г. Перерва, В.А. Кучинський* // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2019. – № 3 (9). – С. 101-110.
3. *Кучинський В.А.* Визначення напрямків розвитку кадрового потенціалу підприємства / *В.А. Кучинський, О.В. Мазенков, І.С. Локтіонова* // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2014. – № 33 (1076). – С. 148-154.
4. *Кучинський В.А.* Оцінка і розвиток інноваційного потенціалу підприємства / *В.А. Кучинський, А. Д. Гайдукова* // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2014. – № 65 (1107). – С. 137-145.
5. *Кучинський В.А.* Розробка та застосування якісних нормативів праці як основа підвищення ефективності роботи підприємства / *В.А. Кучинський, Д.Ю. Крамської* // Бізнес інформ. – 2013. – №4. – С. 293–298.
6. *Кучинський В.А.* Інноваційні технології в менеджменті персоналу і управлінні виробничими системами / *В.А. Кучинський* // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 127-130.
7. Гуцан О.М. Експертно-аналітичний метод виділення ключових факторів мотивації / О.М. Гуцан // Наука й економіка. – Хмельницький : Хмельницький економічний університет, 2013. – Випуск № 3 (31). – С. 149-157.

ВПЛИВ МОТИВОВАНОСТІ ТА КОМПЕТЕНТНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ НА ПРИЙНЯТТЯ КАДРОВИХ РІШЕНЬ

Гуцан О.М., Кузін А.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Важливе питання, яке треба враховувати в управлінні персоналом, – це співвідношення мотивованості і компетентності працівників [1-4]. Залежно від стану такого співвідношення можна виокремити певні категорії працівників і варіанти кадрових рішень:

1. Мотивовані працівники з високим рівнем компетентності дуже цінні для підприємства. Всі зусилля керівництва та працівників служби персоналу мають бути спрямовані на їхнє закріплення на підприємстві. Для цього треба запроваджувати ефективні системи мотивування з урахуванням потреб і очікувань працівників, інвестувати кошти в їхнє професійне зростання та сприяти кар'єрному просуванню [2-4].

2. Мотивованим працівникам з низьким рівнем компетентності, якщо працівник не відповідає вимогам посади за індивідуально-особистісними характеристиками та здібностями, потрібно пропонувати іншу посаду [5-7].

3. Якщо на підприємстві є немотивовані працівники з високим рівнем компетенцій, то треба з'ясувати їхні актуальні мотиви: при наявності можливостей задовольнити потреби цих працівників – це необхідно зробити, при відсутності умов для задоволення їх потреб – необхідно припинити трудові відносини з такими працівниками [2-4].

4. З некомпетентними працівниками з низьким рівнем мотивації необхідно припинити трудові відносини, оскільки реалізація інших управлінських рішень вимагатиме суттєвих витрат і не принесе потрібного результату [5-7].

Література:

1. Управління персоналом : підручник / [В. М. Данюк, А. М. Колот, Г. С. Суков та ін.] ; за заг. та наук. ред. к.е.н., проф. В. М. Данюка. — К. : КНЕУ; Краматорськ : НКМЗ, 2013. — 666 с.

2. Гуцан О.М. Розробка комплексного методичного підходу до оцінки факторів мотивації / О.М. Гуцан // Вісник Дніпропетровського університету. Серія : економіка. – Дніпропетровськ : Дніпр. нац. унів., 2014. – Том 22, № 10/1. – С. 169-176.

3. Гуцан О.М. Наукометрична систематизація теоретичних підходів до формування мотивації / О.М. Гуцан, В.А. Кучинський, Д.Ю. Крамської // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2019. – № 23. – С. 106-110.

4. Гуцан О.М. Експертно-аналітичний метод виділення ключових факторів мотивації / О.М. Гуцан // Наука й економіка. – Хмельницький : Хмельницький економічний університет, 2013. – Випуск № 3 (31). – С. 149-157.

5. Кучинський В.А. Сучасні підходи до ефективного управління поведінкою персоналу для підвищення продуктивності праці / В.А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 46 (1267). – С. 166-169.

6. Кучинський В.А. Розробка та застосування якісних нормативів праці як основа підвищення ефективності роботи підприємства / В.А. Кучинський, Д.Ю. Крамської // Бізнес інформ. – 2013. – №4. – С. 293-298.

7. Кучинський В.А. Підвищення ефективності процесу управління продуктивністю праці на підприємстві / В.А. Кучинський // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2012. – № 15. – С. 162-168.

ПРЕМІЮВАННЯ ЯК ФАКТОР ПОСИЛЕННЯ ТРУДОВОЇ АКТИВНОСТІ

Гуцан О.М., Суворова А.А., Тверська Я.М.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Інтенсифікація діяльності сучасного підприємства зумовлює більш широке застосування додаткових (понад основну заробітну плату) заходів мотивації для отримання очікуваного економічного результату. На сьогоднішній день, виділяють досить багато досліджень мотиваційної спрямованості та які поглиблюють прикладні знання щодо стимулювання персоналу [1-6]. Чільне місце серед спектру теоретичних та практичних надбань мотиваційної науки займає преміювання.

Згідно до визначення Колота А.М. [1] премія – це певна додаткова винагорода для працівника яка виплачується за виконання певних якісних та кількісних показників діяльності при досягненні результату. Загальноприйнятним є підхід, що при розробці системи преміювання необхідним є виконання системи вимог щодо показників та умов, а саме [1]: 1) пріоритетність розподілу ступеня важливості, 2) обов'язковість врахування цілій діяльності при розробці, 3) залежність від виконавця, 4) можливість обліку, 5) узгодженість між собою, 6) кількісна обмеженість, 7) облік вихідної бази розрахунків. Важливим для побудови взаємодії між працівником та підприємством є ефективне застосування різних варіантів преміювання, яке може залежати від умов застосування, категорії персоналу та системи інших чинників. В літературі набули поширення такі варіанти фактичного застосування премій [1]: 1) встановлене значення за досягнення показника, 2) мінімальне значення за фактичне досягнення та підвищення за перевиконання, 3) прогресивне шкалування, 4) в залежності від врахування певної кількості показників, 5) за кожен відсоток підвищення показника. Виходячи з вище зазначеного, практичне застосування преміювання дозволяю посилювати трудову активність персоналу, а застосування наукових наробок зробити цей процес більш обґрунтованим та економічно ефективним.

Література:

1. Колот А.М. Мотиваційний менеджмент: підручник / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. — К.: КНЕУ, 2014. – 479 с.

2. Pererva Petro Evaluating elasticity of costs for employee motivation at the industrial enterprises / Petro Pererva, Oleksandr Hutsan, Valerii Kobieliev, Andrii Kosenko, Volodymyr Kuchynskyi // Problems and Perspectives in Management. - Volume 16.- Issue №1.- 2018.- pp. 124-132.

3. Гуцан О.М. Дослідження сутності мотиваційних теорій: сучасні, теорії атрибуції та поля. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Збірник наукових праць. – Х. : НТУ «ХПІ». – 2017. - №24 (1246). – 160 с., С. 26 - 30

4. Гуцан О.М. Наукометрична систематизація теоретичних підходів до формування мотивації / О.М. Гуцан, В.А. Кучинський, Д.Ю. Крамської // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2019. – № 23. – С. 106-110

5. Кучинський В.А. Інноваційна сприйнятливість персоналу як основа економічного розвитку підприємства / В.А. Кучинський, О.М. Гуцан, Д.Ю. Крамської // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2019. – № 24. – С. 110-116.

6. Кучинський В.А. Інноваційні технології в менеджменті персоналу і управлінні виробничими системами / В.А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 127-130.

НАПРЯМИ ПОДОЛАННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ У СОЦІАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Гуцан Т.Г.

ХНПУ імені Г.С. Сковороди, м. Харків

Дослідження проблем рівня життя населення, як основної складової людського розвитку, показали, що найважливішими компонентами соціального середовища, які в сучасному українському суспільстві мають безпосередній вплив на умови життя людини, є безробіття, бідність та криміногенна ситуація. В умовах кризи дієвою і бажаною для економіки країни є не пасивна, а активна політика зайнятості з боку держави, яка створює реальні передумови для зростання життєвого рівня населення. За таких умов важливо, щоб держава чітко усвідомлювала, що пасивні заходи боротьби з безробіттям є тактичними прийомами, які не знижують рівень безробіття, а лише усувають його негативні моменти. Натомість активні заходи є стратегічними, які дійсно сприяють подоланню безробіття.

Необхідно сприяти поліпшенню якості робочої сили та розвитку її професійної мобільності на основі формування системи професійної освіти з урахуванням визначених державних пріоритетів розвитку економіки. Держава повинна сприяти підвищенню мобільності робочої сили шляхом поширення інформації про становище на регіональних ринках праці, стимулювання попиту на робочу силу, розробки економічних механізмів заохочення роботодавців до створення нових робочих місць тощо.

Не останнє місце повинно посідати поліпшення умов праці, адже сьогодні спостерігаються масові порушення у даній сфері (обвали на шахтах, вибухи кисневих балонів у лікарнях тощо), що викликає реакцію лише на рівні обіцянок з боку органів державної влади.

Необхідна і найважливіша передумова подолання бідності – забезпечення працездатним верствам населення умов для самостійного вирішення проблем підвищення добробуту, збалансування попиту і пропозиції на ринку праці, запобігання безробіттю.

Важливим є підвищення продуктивності праці, підвищення ВВП на душу населення, а також скорочення тіньового сектору економіки, що допоможе забезпечити населенню України високий рівень соціальних стандартів. Забезпечення зростання мінімальної заробітної плати призведе до збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків. Це, в свою чергу, дозволить підвищити державні витрати, трансфертні платежі, що забезпечить підвищення життєвого рівня соціально незахищених верств населення.

Сьогодні переважна частина населення стикається із замкнутим колом проблем: низькі доходи – бідність – невідповідність житлових умов (або їх відсутність) – неможливість отримати бажану освіту та скористатися належними і безкоштовними послугами охорони здоров'я. Набір таких негативних моментів жодним чином не може забезпечити достатній рівень життя населення, а у найгіршому випадку стає причиною асоціальної поведінки. Тому, запропоноване вище вирішення проблем у зазначених компонентах дозволить знизити рівень злочинності.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК НАПРЯМ ІННОВАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Давидова О. Ю.

Харківський державний університет харчування та торгівлі, м. Харків

Сьогодні інформаційно-комп'ютерні технології є найважливішим напрямом інноваційного управління розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства, які дозволяють значно спростити та оптимізувати низку специфічних для цього бізнесу процесів. Проте їх розповсюдженню в секторі заважають, по-перше, недостатній попит на послуги готельно-ресторанного господарства, по-друге, низька технологічна культура населення. Це все заважає розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства.

Зручність автоматизації та інформатизації процесів на підприємствах готельно-ресторанного господарства очевидна не тільки з точки зору ведення справ, але й із позицій споживачів, оскільки ІС дозволяють більш оперативно працювати з розрахунками споживачів, черговістю обслуговування, забезпеченістю пропонованого меню всіма необхідними інгредієнтами тощо.

Однією з основних ІТ-інновацій для підприємств готельно-ресторанного господарства є впровадження комплексу веб- і телекомунікаційних рішень для взаємодій зі споживачами.

Одним із результатів розвитку науково-технічного прогресу є впроваджені у ресторанному бізнесі високотехнологічні столи, у столешницю яких вмонтовані сенсорні монітори з ілюстрованим меню, які дозволяють робити замовлення, спостерігати за роботою кухарів, вибирати картинку на столі, музику, розважальні ігри.

Ще однією інновацією у ресторанному бізнесі є теплан-інновації: поряд з робочим місцем кухара у цеху встановлюють камери, а відвідувачі можуть спостерігати за його діями на моніторах, розміщених на столиках.

Також, серед інновацій слід зазначити Apple, iPadi, які замінили звичні grosбухи-меню. Інтерактивне електронне меню дозволяє адміністрації швидко редагувати меню і вносити до нього нові страви.

Винахід QR-коду («швидкий доступ») - двомірного штрих-коду - надає нових необмежених можливостей для on-line взаємодії підприємств сфери гостинності та споживачів. У квадратному лабіринті QR-коди можна запрограмувати всі відомі інновації готельно-ресторанного бізнесу, а також низку нових можливостей.

Одним із перспективних напрямків використання web- і телекомунікаційних технологій є технології з нарощування потоку споживачів закладів ресторанного господарства і непрямой реклами підприємств. Це RFID-технології - радіочастотна ідентифікація.

Отже, інновації у сучасних умовах дають змогу закладам готельно-ресторанного господарства підвищувати результативність функціонування та забезпечити конкурентоспроможність на ринку. Основними напрямками інновацій у готельно-ресторанному бізнесі є концептуальні та інформаційні технології.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Данилова Н.В.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

Протягом останніх 5 років дослідження розвитку економіки України було виявлено позитивні зрушення щодо поступового відновлення позицій України на світовому ринку, її розвитку та гармонізації політики держави до загальносвітових та/або європейських стандартів, й інтернаціоналізації ведення господарської діяльності на різних рівнях управління. Особливих зрушень зміни досягають в аграрному ринку, ринку відновлюваних джерел енергії та лісовому господарстві - таких галузях, які стосуються національної безпеки країни та характеризують Україну, як лідера на світовому ринку.

Аналіз діяльності сучасних суб'єктів господарської діяльності, зокрема малого та середнього бізнесу (МСБ), дозволяє зробити висновки щодо основних тенденцій функціонування українського бізнесу, серед яких легалізація діяльності, залучення іноземних інвестицій та допомоги матеріально-технічної допомоги міжнародних організацій, вихід із тіньових напрямів розвитку, збільшення інвестицій у нову техніку з боку українських компаній, сертифікація виробництв відповідно до міжнародних стандартів, впровадження новітніх технологій в процес управління підприємствами, розширення експортної діяльності бізнесу, інвестування у розвиток персоналу та інше. Проте, враховуючи позитивну динаміку зрушень у розвитку українського бізнесу, в процесі аналізу різних галузей економіки України, було виявлено ряд проблем, які створюють бар'єри для розвитку українських компаній, зокрема МСБ.

Саме тому, наприкінці 2019 року, автором було проведено опитування експертів – більше 20 власників бізнесу, незалежних бізнес-консультантів, нерезидентів, топ-менеджерів міжнародних компаній та представників проектів міжнародної матеріально-технічної допомоги міжнародних організацій – яке надало можливість визначити найбільш вагомі групи факторів, що є бар'єрами для розвитку компаній в ринкових умовах України: корупція, недосконала система оподаткування, тиск з боку правоохоронних органів, корумпована судова система, бюрократія, рейдерство, нерозвинена бізнес-інфраструктура, дороге фондування, високі ставки по кредитах, нестабільний інвестиційний клімат, низький рівень супроводу при виході на український ринок, дефіцит висококваліфікованих кадрів (особливо в сфері бізнес-послуг).

Таким чином, основними групами факторів, що впливають на бізнес-середовище в Україні є політико-правові (45%), економічні (36%), науково-технічні (18%) та ін., що визначають об'єктивну необхідність ретельнішої підготовки до імплементації реформ у законодавстві, перегляду інвестиційного клімату та посилення навчально-консультативної діяльності в державі.

КОРПОРАТИВНИЙ ФОРСАЙТ ЯК ПЕРЕДУМОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Данько Т.В., Ширяєва Н.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м.Харків*

Останніми роками в світі спостерігається значне зростання наукового інтересу до проблематики корпоративного форсайту [1–3]. В цілому, цей інтерес є закономірним наслідком широкої уваги вчених до проблем аналізу майбутнього розвитку бізнес середовища компаній, які є важливим питанням літератури зі стратегічного менеджменту щонайменше з 1960-х років [4]. Зокрема, SWOT-аналіз, який є загальноприйнятим інструментом стратегічного менеджменту, базується на визначенні можливостей та загроз, що є нічим іншим як відображенням уявлення менеджерів компаній про майбутні події та тренди в її бізнес середовищі.

Поступово, помітне зростання швидкості, непередбачуваності, складності та неоднозначності змін зовнішнього середовища компаній стало причиною посилення цілеспрямованої уваги різних ланок менеджменту до питань вивчення майбутнього в контексті відповідних аспектів бізнесу. Це в свою чергу призвело до появи та впровадження низки нових релевантних практик та інструментів забезпечення проактивності та вчасного реагування компаній на зміни в зовнішньому середовищі, які в подальшому були віднесені до категорії корпоративного форсайту [5, 6]. Разом з цим з огляду на перелічені міркування почало стверджуватися переконання, що в сучасних умовах саме корпоративний форсайт стає важливою передумовою забезпечення довгострокової конкурентоспроможності міжнародного бізнесу [7–9]. В той же час природа та механізм цієї залежності залишаються на даний момент мало вивченими та потребують різнобічного дослідження та теоретичного обґрунтування.

Література:

1. Rohrbeck R. Corporate foresight: an emerging field with a rich tradition / R. Rohrbeck, C. Battistella, E. Huizingh // *Technological Forecasting and Social Change*. – 2015. – Vol.101. – P.9.
2. Мединська Е. С. Онтологія корпоративного форсайту / Е. С. Мединська // 2015.
3. Данько Т. В. Питання форсайту щодо розвитку високотехнологічних машинобудівних підприємств харкова / Т. В. Данько, Н. В. Ширяєва // *Ефективна економіка*. – 2015. – No. 10.
4. Vecchiato R. Foresight in corporate organisations / R. Vecchiato, C. Roveda // *Technology Analysis & Strategic Management*. – 2010. – Vol. 22, No. 1. – P. 99–112.
5. Buckley P. J. Problems and developments in the core theory of international business / P. J. Buckley // *Journal of international business studies*. – 1990. – Vol. 21, No. 4. – P. 657–665.
6. Hayward P. Facilitating foresight: where the foresight function is placed in organisations / P. Hayward // *foresight*. – 2004. – Vol. 6, No. 1. – P. 19–30.
7. Hamel G. *Competing for the future* / G. Hamel, C. K. Prahalad. – Harvard Business Press, 1996.
8. Anderson J. Technology foresight for competitive advantage / J. Anderson // *Long Range Planning*. – 1997. – Vol. 30, No. 5. – P. 665–677.
9. Данько Т. В. Еволюція наукових засад міжнародного бізнесу / Т. В. Данько // *Проблеми економіки*. – 2019. – No. 3 (41). – P. 109–115.

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА

Дараган А.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

На сьогоднішній день, фінансовий стан підприємства є запорукою успішної конкурентоспроможності на ринку. Фінансовий потенціал являє собою міцний елемент економічного розвитку підприємства, що формує його виробничий та стратегічний напрям.

Необхідно зазначити, що під фінансовим потенціалом слід розуміти сукупність усіх фінансових ресурсів, які забезпечують ефективне функціонування, розвиток підприємства та досягнення поставлених стратегічних цілей на ринку, які переслідує підприємство.

На успішний розвиток фінансового потенціалу підприємства впливають зовнішні та внутрішні фактори, які стимулюють його розвиток та за умови ефективного менеджменту підвищують конкурентоспроможність підприємства, до них необхідно віднести:

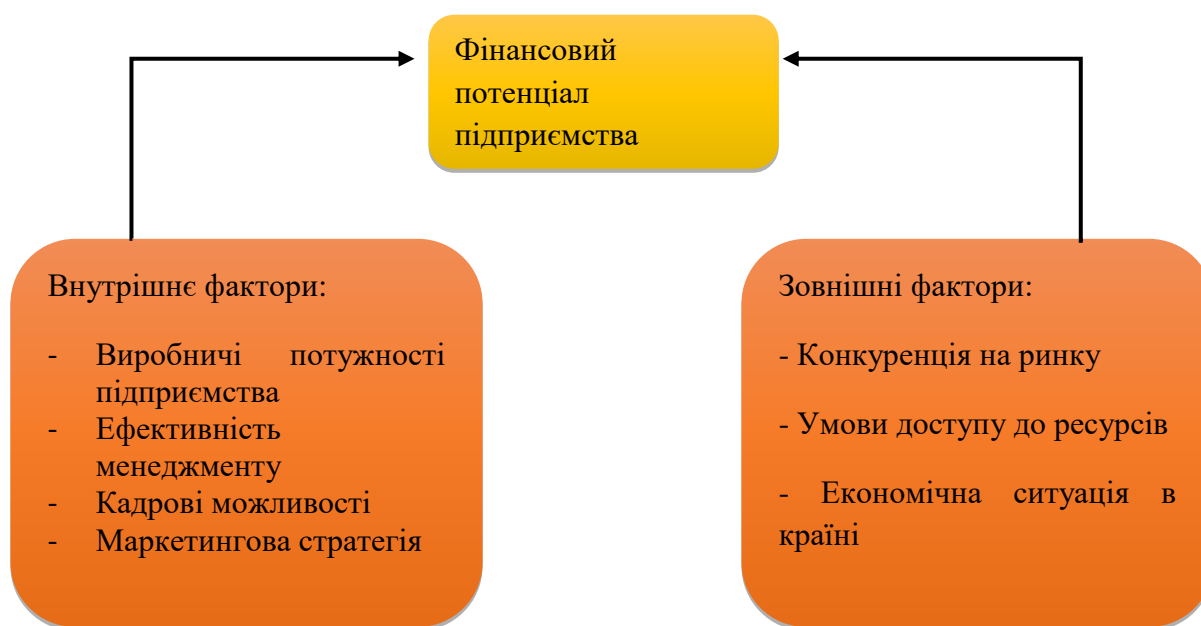


Рисунок 1 – Фактори впливу на фінансовий потенціал підприємства

Отже, слід зазначити, що на формування фінансового потенціалу мають вплив зовнішні та внутрішні фактори, тому при розробці стратегії необхідно враховувати їх, це зможе підвищити конкурентоздатність підприємства на ринку.

БРЕНДИНГ У ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Дейнега І.О.

Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне

Менеджмент закладів вищої освіти (ЗВО), особливо державної форми власності, до останнього часу мало приділяв увагу формуванню їх брендів. Реалізація комплексу маркетингових заходів, зокрема і брендингу, дозволить посилити їх конкурентні позиції, адже цінність бренду не виникає сама по собі, а створюється протягом певного часу за допомогою систематичного розвитку останнього, що дозволяє підвищити лояльність споживачів. Коли майбутні здобувачі освіти обирають ЗВО, вони фактично визначають тренд власного розвитку, оскільки вирішують, назва якого ЗВО буде в їх резюме і яким стане майбутнє професійне середовище. Тому вони зупиняють свій вибір на ЗВО, який забезпечить їм найкращу основу для фахового зростання.

Брендинг ЗВО пов'язаний із рядом процедур: визначення назви, розробка логотипу, фірмових шрифтів та кольорів, слогану тощо. Важливим для ЗВО у цьому контексті можна вважати інформаційну підтримку бренду, адже бренд – це не лише візуальні та вербальні комунікаційні фактори, але й репутація ЗВО на ринку, яка залежить від історії відносин із усіма його стейкхолдерами та, в першу чергу, споживачами освітніх послуг. Зміст, вкладений розробниками у дизайнерські рішення, не повинен суперечити змісту різноманітних комунікаційних рішень, що оприлюднюються ЗВО.

Брендинг дозволяє ЗВО отримати ряд переваг: підвищується лояльність потенційних та діючих стейкхолдерів до ЗВО; збільшується кількість абітурієнтів із високими балами ЗНО, що дозволяє отримати більшу кількість державних місць; збільшується комплектація груп; збільшується обсяг державного фінансування; підвищується ймовірність отримання позабюджетних коштів за рахунок збільшення кількості бажаючих навчатись на платній формі; розширюються можливості співпраці з потенційними працедавцями, дослідницькими організаціями; збільшується ймовірність розширення міжнародної співпраці.

Бренд формує імідж ЗВО за рахунок асоціативних елементів, що виникають у свідомості споживачів, та є запорукою якості освітніх послуг. Оскільки будь-який ЗВО існує не ізольовано, а у взаємодії із середовищем, то саме завдяки брендингу продуцент послуг має можливість впливати на цільову аудиторію, тобто змінювати її поведінку у напрямку, вигідному для ЗВО.

Цінність бренду ЗВО формується під впливом комплексного оцінювання характеристик продуктів його діяльності та індивідуальних висновків безпосередніх споживачів освітніх послуг через врахування їх вигод у майбутньому (ймовірність працевлаштування, тривалість адаптації до виконання професійних обов'язків тощо).

В умовах тотальної інформатизації економіки стейкхолдери ЗВО стають більш інформованими, а, отже, чутливішими і, в кінцевому підсумку, їх очікування зростають. За таких умов формування і підтримка бренду ЗВО має першочергове значення, оскільки це дозволяє налагодити ефективні довгострокові комунікації між ринком та ЗВО.

КОЛЕКТИВНИЙ ТЕЗАУРУС МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ: СУТЬ ТА ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Дейнега О.В.

Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне

Оцінити участь персоналу у прийнятті управлінських рішень та його вплив на ефективність використання інформації можна за допомогою такого показника як тезаурус, що використовувався Ю. Шрейдером при розкритті теорії семантичної інформації, основна ідея якої полягає в тому, що для того, щоб взагалі сприйняти будь-яку інформацію із зовнішніх джерел, система-приймач (в нашому випадку людина-покупець) повинна володіти певним мінімальним «запасом знань», який позначається терміном «тезаурус» [1]. Отже, тезаурус – це певним чином структуроване знання.

Тезаурус кожного окремого індивіда має складну структуру, в якій одні поняття та відношення, згруповуючись, утворюють інші, що, у свою чергу, формують складніші поняття та відношення. Оскільки тезаурус є засобом представлення знань, а знання у кожної людини різні, то, відповідно, відрізняються і їх тезауруси.

Якщо розглядати підприємство як споживача інформації, то варто говорити не про тезауруси окремих працівників, а про колективний тезаурус, тобто певний чином структурований запас знань, що міститься у спільній свідомості управлінського персоналу підприємства.

Результати власного дослідження дозволили ідентифікувати сукупність факторів, які будуть формувати колективний тезаурус підприємства: рівень освіти, відповідність профілю спеціальності профілю діяльності підприємства, загальний стаж управлінської діяльності, досвід роботи за профілем діяльності підприємства. Було встановлено, що рівень коефіцієнту тезаурусу машинобудівних підприємств є високим для всіх підприємств цього виду економічної діяльності, проте найвищий для середніх і великих підприємств. Менеджери таких підприємств переважно мають значний досвід роботи у машинобудуванні, вищу освіту, хоча профіль їх спеціальності не завжди відповідає профілю діяльності підприємства.

Таким чином, при плануванні діяльності машинобудівних підприємств їх менеджмент повинен ретельно відслідковувати та вивчати не лише зовнішні інформаційні зв'язки, а й внутрішні, що дозволить забезпечити високу ефективність даного процесу. Персонал підприємств будь-яких видів діяльності є значним резервом підвищення їх внутрішньої і зовнішньої ефективності. Машинобудівні підприємства не завжди повною мірою застосовують персонал як фактор впливу на власні конкурентні переваги. Саме тому послідовне і осмислене нарощення колективного тезаурусу дозволить таким підприємствам посилювати власні конкурентні позиції на внутрішньому і зовнішніх ринках.

Література:

1. Маркетинг інновацій : учебник / под общ. ред. Н. Н. Молчанова. М. : Издательство Юрайт, 2014. 528 с. URL: http://stud.com.ua/68216/marketing/model_kupivelnoyi_povedinki_schodo_innovatsiyi_zasnovana_tezauruse_spozivacha (дата звернення: 23.02.2020).

УТОЧНЕННЯ ДЕФІНІЦІЇ ПАРАДИГМАЛЬНОГО БАЗИСУ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ПРОМИСЛОВОГО ВЖИТКУ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНСТРУМЕНТАРІЮ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

Дериколенко А.О.

Сумський державний університет, м. Суми

В умовах глобалізації та інформаційної економіки остання потребує суттєвих змін, зокрема щодо застосування новітнього інструментарію Інтернет-маркетингу, що, в свою чергу, передбачає необхідність врахування нових положень, законів і закономірностей, тобто нову парадигму діяльності.

На підтвердження цієї тези наведемо думку академіка НААН України М. Хвесика і професора І. Бистрякова, які зазначають, що простір має властивості формування, зміни і розвитку, які завдяки різноманітній діяльності людини здійснюються з конкретною метою... Говорячи про існування якісно різних форм простору і часу, при переході з одного типу в інший варто зважати на необхідність зміни й умов їхньої реалізації [1].

Під парадигмою взагалі розуміють сукупність загальнотеоретичних основ, систему понять і уявлень, які властиві певному періоду розвитку науки. Отже, під парадигмальним базисом просування товарів промислового вжитку за допомогою інструментарію інтернет-маркетингу в умовах глобалізації ми розуміємо таку сукупність основ (загальнотеоретичних і практичних), положень, законів і закономірностей, понять і уявлень, принципів, інструментів, методів, моделей і чинників, які в повній мірі характеризують особливості ведення бізнесу з застосуванням Інтернету.

На наш погляд, концептуальною базою такої діяльності є програма «Індустрії 4.0», тобто тієї фази 4-ї промислової революції, яка засновується на використанні цифрових технологій. Принципи такої діяльності відтворюють економічні, ринкові, технологічні, інтерактивні та безпечні аспекти діяльності. Для забезпечення цієї діяльності мають бути створені екзогенні та ендогенні умови, зокрема, технічне забезпечення на підприємстві та інфраструктурне – на ринку. До маркетингового інструментарію ми відносимо:

- партнерські програми, прямі розсилки (E-mail, SMS і MMS розсилки),
- рекламу (контекстна; банерна; тізерна; відеореклама; медійна реклама; реклама в різних формах цифрової продукції: електронних книгах, програмах, іграх, інтерактивних білбордах тощо),
- Push-повідомлення,
- PR (прес-релізи в он-лайн медіа),
- Co-creation, співпраця з блогерами та лідерами думок, інші.

Уточнення дефініції парадигмального базису просування товарів промислового вжитку за допомогою інструментарію інтернет-маркетингу дозволяє окреслити й у подальшому формалізувати змістовну частину діяльності суб'єктів господарювання у Інтернет-середовищі.

Література:

1. Хвесик М., Бистряков І. Парадигмальний погляд на концепт сталого розвитку України. *Проблеми економічної теорії*. 2012. С. 4-11. URL: file:///C:/Users/user1/Downloads/EkUk_2012_6_2.pdf

РЕНОВАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ЯКІСНОГО СЕРВІСНОГО ПРОДУКТУ ГОТЕЛЮ

Джгуташвілі Н.М.

Київський державний коледж туризму та готельного господарства, м. Київ

Матеріально-технічна база, являючись ядром сервісного продукту готелю, забезпечує надання комплексу різноманітних послуг, а її стан впливає на рівень комфорту та якість обслуговування, тому виступає чинником, який найбільше впливає на категорію готелю. Вона залежить від стану будівлі, номерного фонду, рівня та сучасності меблів, побутової техніки, електроприладів, використаних оздобних матеріалів тощо, а також розвитку спортивної, оздоровчої, ділової інфраструктури та інфраструктури розваг.

Найбільш складною проблемою вітчизняних готелів є невідповідність рівня сервісу світовим стандартам, що певним чином пов'язано з застарілістю матеріально-технічної бази. За даними Державної служби статистики України щодо наявності і стану основних засобів за видами економічної діяльності зношеність основних засобів підприємств тимчасового розміщування й організації харчування є високою, станом на 2018 р. – більше 40%, причому порівняно з 2010–2012 рр. вона зросла на 10%. Будівлі та оснащення значної частки засобів підприємств тимчасового розміщування в Україні прийшли в занедбаність та відстають від світових стандартів у цій сфері. За таких умов вітчизняні готелі втрачають свою привабливість і значно поступаються за рівнем сервісного продукту європейським та світовим закладам.

Незначне покращення матеріально-технічної бази готелів не вирішить цієї важливої проблеми, більшості готелів в Україні потрібна реновація повна або часткова. Якщо часткова може стосуватися окремих зон готелю, окремих приміщень, номерів, то повна реновація може передбачати навіть зміну концепції закладу, його позиціонування, ребрендинг, що дозволить не просто покращити матеріально-технічну базу, а й вийти на новий сегмент ринку. У світовій практиці готельного бізнесу реновація розглядається як один з елементів формування конкурентних переваг готелю, підвищення якості пропонованого сервісного продукту.

У результаті успішної реновації вирішуються завдання щодо приваблення та розширення клієнтської аудиторії, підвищення задоволеності та лояльності гостей за рахунок надання більш якісного сервісного продукту. Для цього необхідно моніторити та відстежувати сучасні тренди та технології в готельній індустрії. Високими темпами розвиваються технології та обладнання для готелів, тому важливим етапом реновації є вибір засобів оснащення. Особливу увагу при цьому необхідно приділяти підбору меблів та інших засобів інтер'єру, якість, ціна, яких значно залежить від категорії готелю. Чим вона вище, тим більші вимоги, тому потрібні більші витрати на оновлення матеріально-технічної бази. У готелях вищої категорії (4* та 5*) крім зручності, функціональності, важливими характеристиками оснащення є сучасність, естетичність, відповідність сучасним технологіям, моді.

ПІДХОДИ ДО КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Дибач І.Л.

*Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова,
м. Миколаїв*

Заклади вищої освіти (ЗВО) відіграють провідну роль у формуванні висококваліфікованої особистості. Втім, метаморфози умов господарювання сучасних ЗВО змушують їх шукати нові підходи до управління. Інструментом підвищення ефективності діяльності українських ЗВО у контексті обумовленого людського розвитку є, на нашу думку, корпоративне управління.

Зміст і специфіка підходів корпоративного управління в закладах вищої освіти визначаються сутністю, особливостями взаємовідносин та метою такого управління [1]. Опрацювання наукового доробку у сфері корпоративного управління дає можливість окреслити наступні підходи до корпоративного управління ЗВО:

частковий – вибір найкращих механізмів управління і розподілу влади між учасниками корпоративних відносин;

суспільний – сукупність відносини між закладом вищої освіти та суспільством;

нормативний – сукупність принципів і норм, які регламентують права, обов'язки і відповідальність осіб, які беруть участь в управлінні ЗВО;

юридичний – сукупність юридичних концепцій і процедур, які лежать в основі створення й у правління ЗВО;

фінансовий – інституційні угоди, що забезпечують трансформацію заощаджень та оптимальний розподіл ресурсів;

управлінський – система органів ЗВО, яка управляє ним (ректорат, вчена рада, органи студентського самоврядування, наглядова рада тощо);

організаційний – організаційна модель, за допомогою якої заклад вищої освіти представляє і захищає свої інтереси;

економічний – система відносин між органами управління, посадовими особами, державою, можливими інвесторами.

Відповідаючи на виклики сьогодення система управління ЗВО має спиратися на принципово нові засади, серед яких першочергові – впровадження корпоративного управління, що дозволить забезпечити ефективність і адаптацію освітньої організації до постійно мінливих умов зовнішнього середовища з урахуванням інтересів різних агентів освітнього простору.

Література:

1. Дибач І.Л. (2019) Концептуалізація корпоративного управління закладів вищої освіти в контексті розбудови економіки знань / Дибач І.Л., Назарова Г.В. // *Ринок праці та зайнятість населення*. №3.

ОБЛІК ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Довмат А. В., Лободзинська Т. П.,

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», м. Київ

Сучасний стан науки, інформаційних технологій, і взагалі, розвиток суспільства породжує появу нових ідей та продуктів. Програмні забезпечення, бази даних, нові види рослин, техніки, методології – все це є об'єктами інтелектуальної власності, що обліковуються у грошовій формі. Компанія вимірює інтелектуальний капітал з метою ефективного управління своїми ресурсами, а також, мінімізації витрат. З іншого боку, вимірювання інтелектуального капіталу необхідне і для зовнішніх цілей, адже такі дані сигналізують про очікуване зростання компанії як існуючим, так і потенційним інвесторам та іншим зовнішнім користувачам інформації.

Об'єкти інтелектуальної власності зазначені у Цивільному Кодексі України [1]. Їх можна поділити на чотири умовні групи:

I. Об'єкти авторського права, а також об'єкти суміжних прав: художні, літературні твори, бази даних, комп'ютерні програми, фонограми та відеограми, різні виконання.

II. Об'єкти патентного права: промислові зразки, винаходи, корисні моделі.

III. Засоби визначення учасників цивільного обороту та їх продукції. Вони невіддільні від певного суб'єкта господарювання або товару, це – торговельні марки, найменування, географічні зазначення.

IV. «Нетрадиційні» об'єкти інтелектуальної власності: наукові відкриття, раціоналізаторські пропозиції, компонування мікросхем, комерційні таємниці, сорти рослин та породи тварин.[2]

Облік та звітність відображає інтелектуальний капітал через категорію нематеріальних активів. Питання ідентифікації та оцінки інтелектуального капіталу є достатньо актуальним тому, що значна низка новаторських об'єктів не визнається нематеріальними активами як у вітчизняних, так і в міжнародних стандартах, а тому не відображається у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності підприємств.

Незважаючи на те, що інтелектуальна власність є нематеріальним активом, сьогодні вона складає основу вдосконалення матеріального виробництва. Саме від ефективності управління цими об'єктами залежить інноваційний стан економіки, а також його потенційний розвиток. Тому, найважливішим аспектом в умовах сучасності є питання нормативного врегулювання ідентифікації інтелектуального капіталу для його ефективного використання. Окремої уваги потребують такі складові як людський капітал, різного роду знання, навички та здібності, кваліфікація, а також клієнтський капітал: база клієнтів, стосунки з ними. Ці нові категорії можуть бути ідентифіковані та в подальшому вартісно оцінені в обліку.

Література:

1. Цивільний кодекс України : Закон України від 16.01.2003 р. № 435-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 40-44. Ст. 356.

2. Амброзяк Н., Вороняя Н., Нестеренко М., Чернишова Н., Об'єкти інтелектуальної власності: юридичні засади. Податки та бухгалтерський облік, 2018, № 58.

ВИКОРИСТАННЯ ПОКАЗНИКА ЕКОНОМІЧНОЇ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Домніна І.І., Міщенко В.А.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В літературних джерелах наголошується на можливість використання показника економічної доданої вартості (EVA, Economic Value Added) в антикризовому управлінні підприємством а також для оцінки процесу створення вартості компанії, яка є різницею між чистим операційним прибутком після оподаткування і сумою витрат на обслуговування капіталу компанії.

EVA є індикатором якості стратегічних і оперативних антикризових управлінських рішень: постійна позитивна величина цього показника свідчить про збільшення вартості компанії, тоді як негативна – про її зниження. Вартість компанії росте в тому випадку, якщо заробленого прибутку після віднімання всіх витрат вистачає на погашення суми за використання власного (дивіденди) і позикового (відсотки) капіталу. Цей показник характеризує фінансову «результативність» компанії та використовується у системі вартісно-орієнтованого управління. При визначенні EVA враховуються тільки результати від операційної (основної) діяльності підприємства, оскільки неопераційна діяльність характеризується нижчими витратами на капітал в порівнянні з необхідними для операційної діяльності.

Нами була проаналізована статистична інформація підприємства «Світло шахтаря» за останні три роки. Оскільки чистий рух коштів від операційної діяльності має позитивне значення тільки в 2017 році, визначався показник EVA для цього періоду. Економічна додана вартість розраховувалася в такий спосіб: $EVA = \text{Рух коштів від операційної діяльності} - (\text{зареєстрований капітал} + \text{нерозподілений прибуток} + \text{Довгострокові кредити банків} + \text{короткострокові кредити банків} + \text{поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги}) \times WACC$. В результаті одержана від'ємна величина цього показника (-14187,1 тис.грн.), яка свідчить про те, що підприємство ще не створює додану вартість.

Виходячи з наведеної вище формули розрахунку EVA, можна зробити висновки про можливі шляхи збільшення величини даного показника і тим самим підвищення ефективності управління цим процесом: 1. Збільшення доходів, що генеруються вкладеними коштами. Даний результат може досягатися різними шляхами – через управління витратами, підвищення ефективності бізнес-процесів за допомогою реінжинірингу; 2. Управління процесом інвестування коштів в проекти, рентабельність яких перевищує витрати на капітал, залучений в реалізацію такого проекту; 3. Підвищення ефективності управління активами – продаж непрофільних, збиткових активів, скорочення термінів оборотності дебіторської заборгованості, запасів; 4. Управління структурою капіталу; 5. Формування й фінансування проектів системи ABC.

ТЕОРЕТИЧНІ Й МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВПРОВАДЖЕННЯ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛІНГУ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Другова О.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

На сучасному етапі розвитку Українська економіка характеризується інноваційним розвитком, глобалізацією і модернізацією. Торгівля є однією з найважливіших галузей економіки та покликана забезпечувати задоволення потреб населення в товарах і послугах. Висока швидкість змін зовнішнього середовища, підвищення вимогливості клієнтів, посилення конкурентної боротьби, прискорення науково-технічного прогресу, призводить до підвищення вимог до системи управління промисловим підприємством, результативність функціонування якої все в більшій мірі залежить від використовуваних методів та інструментів управління. Подібні тенденції стимулюють інноваційну активність промислових підприємств, і, отже, сприяють модернізації економіки України в цілому. Для підвищення ефективності діяльності підприємств з'являється об'єктивна необхідність в застосуванні нових методів і технологій управління, однією з яких є фінансовий контролінг. Особливо важливою ця проблема стає для промислових підприємств, так як саме на їх рівні результативне застосування нових технологій управління дає найбільший ефект, і як наслідок позитивний результат розвитку галузі в цілому. Отже, необхідність розробки, впровадження та використання з-тимчасових технологій управління в процесі саморегулювання підприємств є очевидною. Крім того, впровадження фінансового контролінгу в практику підприємств визначено появою прогресивних методів та інструментів управління підприємством, інформатизації і комп'ютеризації.

Проаналізувавши різноманітні погляди вітчизняних і зарубіжних економістів, автор прийшов до висновку, що сучасний фінансовий контролінг може розглядатися з різних точок зору: як концепція управління, як система управління підприємством, як фінансова функція управління, як вид людської діяльності, як система підтримки керівництва, як апарат управління, як процес організації інформаційних потоків, це означає, що для вивчення фінансового контролінгу необхідно застосовувати одночасно кілька підходів: системний, процесний, ситуаційний.

Таким чином, питання про розвиток, розробці, впровадженні та реалізації на промислових підприємствах нових технологій управління з метою підвищення ефективності прийняття управлінських рішень і досягнення сталого розвитку підприємства є актуальним.

РІВЕНЬ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ

Дружиніна В. В., Турчак Д.С.

*Кременчуцький національний університет ім. Михайла Остроградського,
м. Кременчук*

На сьогоднішній день в Україні все більш актуальною темою є заробітна плата, адже її рівень впливає на економіку країни, демографію і на стан життя українців.

Починаючи з 2018 року основною метою для України є покращення економічного стану, в наслідок чого з кожним роком рівень мінімальної заробітної плати збільшується, але потік емігрантів не припиняється, а рівень життя українців невпинно падає. За останніми дослідженнями Україна зайняла 123-тє місце з 140 країн за рівнем особистого багатства населення [1]

Аналізуючи основні економічні показники, які впливають на рівень зарплати, а саме: інвестиції, інновації та об'єми реалізованої продукції за 2017 та 2018 роки можна зробити висновок, що інвестиції підвищилися в 1,3 рази, а об'єм реалізованої продукції в 1,8. Завдяки цьому скачку рівень мінімальної заробітної плати піднявся в 1,2 рази. Але з підвищенням заробітної плати підвищуються й ціни на продукти споживання та комунальні платежі. За підрахунками в 2018 році кожний українець в середньому щомісяця витратив майже 70% своєї зарплати на дані послуги [2].

Через те, що більша частина заробітної плати витрачається на продукти споживання та на комунальні платежі великий відсоток населення України не може дозволити задовольнити свої потреби в повному обсязі. Як наслідок цього, велика частка людей виїжджає на заробітки за кордон, щоб задовольнити потреби та отримувати більшу винагороду за виконану роботу. За останніми спостереженнями Україну покинуло приблизно 10 млн людей, і з кожним роком цей показник збільшується. Тобто з кожним роком Україна втрачає все більше працездатних людей і в результаті цього рівень безробіття в країні стає дедалі більшим.

Отже, підвищення заробітної плати тягне за собою зовсім не позитивні зміни в житті українців. Щоб покращити життєвий рівень та намагатися вийти на європейський ступінь потрібно докласти багато зусиль, а саме: удосконалювати інновації, залучати іноземних інвесторів та розробити стратегію для повернення емігрантів з заробітків.

Література:

1. Інтернет видання «Vesti», стаття «Українці виявилися однією з найбідніших націй світу» - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://vesti.ua>
2. Інтернет видання «Факти», стаття «Життя українців в 2019 році подорожчає: до чого варто приготуватися» - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://fakty.ua>

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ФАКТОР ЗРОСТАННЯ ДОХОДІВ БЮДЖЕТУ

Дяченко Т.А.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Ефективне використання ресурсів підприємствами забезпечує досягнення ними високих економічних результатів, серед яких – максимізація прибутку, стійкі конкурентні переваги тощо. Висока ефективність підприємств є запорукою інтенсивного зростання економіки України, важливим джерелом поповнення бюджету [1, 2]. При цьому інноваційно-технологічні зміни відіграють провідну роль [3, 4]. Основними бюджетоутворюючими галузями в Україні є переробна і добувна промисловість, електроенергетика, оптова та роздрібна торгівля, транспорт. Так, за сумами надходжень до державного бюджету у 2017 році доля переробної промисловості склала – 28,6%, добувної – 24,8%, електроенергетики – 10,8%, оптової та роздрібною торгівлі – 10,5%, транспорту – 9% [5]. В цілому за період 2010-2018 рр. відбулось зростання рентабельності операційної діяльності українських підприємств, зокрема у добувній промисловості і розробленні кар'єрів цей показник збільшився за даний період з 14,8 до 38,1%, у переробній промисловості – з 2,3 до 3,6%, в оптовій та роздрібною торгівлі, ремонті автотранспортних засобів і мотоциклів з 9,8 до 23,3% [6]. Таким чином, бюджетоутворюючі види економічної діяльності в Україні є рентабельними, з них високорентабельними є добувна промисловість, оптова та роздрібна торгівля. В переробній промисловості ступінь зносу основних фондів є значним, а витратність виробництва – високою. Тому переоснащення техніко-технологічної бази переробної промисловості дозволить підвищити її ефективність й збільшити наповнення держбюджету України.

Література:

1. Дяченко Т. А. Вектор інтенсивного зростання економіки України: свідомий вибір та історичний досвід / Т. А. Дяченко // Вісник ХНАУ : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : ХНАУ, 2018. – № 1. – С. 189-195.
2. Дяченко Т. А. Оцінка ринкового конкурентного середовища підприємств, що надають послуги ремонту електродвигунів, генераторів і трансформаторів / Т. А. Дяченко // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». – Харків : НТУ «ХПІ», 2012. – Т. 2, № 14(920). – С. 80-87.
3. Максименко Я. А. Інноваційна діяльність в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку / Я. А. Максименко // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : ХНАУ, 2018. – № 1. – С.231-238.
4. Максименко Я. А. Технологічна складова конкурентоспроможності національної економіки / Я. А. Максименко // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність «Форвард-2019»: тр. X-ої Міжнар. наук.-практ. Internet-конф. студ. та молодих вчених, 27 грудня 2019 р. – Харків : НТУ «ХПІ», 2019 р. – с.122-123.
5. Топ-5 бюджетоутворюючих галузей економіки 2017 року [Електронний ресурс] / Офіційний портал Державної фіскальної служби України. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/media-tsentr/regionalni-novini/324713.html>
6. Рентабельність операційної та усієї діяльності підприємств за видами економічної діяльності [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>.

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ ЯК ОСНОВА РОЗБУДОВИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ

Єгорова Ю.В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків*

Останнім часом в розвинених країнах світу все більше спостерігається тенденція до стрімкого зростання обсягу ринку інформаційних технологій, інвестицій в інформатизацію та прибутків від неї. Швидкі темпи впровадження й розповсюдження інформаційно-комунікаційних технологій та їх широке застосування у всіх сферах життя зумовлюють необхідність проведення активних заходів з розбудови інформаційного суспільства в Україні.

Розбудова інформаційного суспільства в країні відбувається на засадах формування єдиного інформаційного простору, що включає в себе сукупність баз і банків даних, технологій їх ведення і використання, інформаційно-телекомунікаційних систем та мереж, функціонуючих на основі єдиних принципів та правил, які забезпечують ефективну взаємодію організацій і громадян в інформаційній сфері, а також задоволення їх потреб.

На сучасному етапі стан інформаційного простору в Україні в цілому характеризується: слабкими горизонтальними і вертикальними взаємозв'язками підсистем, відсутністю послідовного розвитку інформаційних технологій, нерозвиненістю інформаційної складової державного управління, потребою у значних капіталовкладеннях. Існуюча ситуація також ускладнюється відсутністю ефективної державної політики в інформаційній сфері.

В розвинених країнах світу побудова ефективного інформаційного простору розглядається як основа соціально-економічного, політичного і культурного розвитку, тому в цьому напрямку здійснюється цілеспрямована державна політика.

Формування ефективного інформаційного простору передбачає гарантії вільного доступу громадян та організацій до інформаційних ресурсів, масове використання новітніх інформаційно-комунікаційних технологій, здійснення послідовної державної політики у сфері інформатизації та відповідне інституційне забезпечення.

Отже, розбудова інформаційного суспільства в Україні зумовлює необхідність розробки комплексу організаційних заходів, що мають визначати основні показники і етапи формування ефективного інформаційного простору, послідовність розробки інституційного забезпечення взаємодії суб'єктів у напрямку активного створення й використання інформаційних ресурсів.

УДОСКОНАЛЕННЯ ВНУТРІШНЬОКОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ НА ОСНОВІ БЮДЖЕТУВАННЯ

Єршова Н.Ю.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Завдання побудови ефективних внутрішньокорпоративних систем бюджетування, орієнтованих на досягнення стратегічних цілей, в даний час дуже актуальні для вітчизняних підприємств [1, 2]. Аналіз статистичних даних підтверджує, що протягом 2017-2018 рр. суб'єкти господарювання отримали більше позитивні результати діяльності, ніж понесли збитки в ході діяльності [3]. Однією з найбільш гострих управлінських проблем є слабкість зв'язків між стратегією розвитку підприємства і його бюджетом [4]. Як правило, стратегія підприємства, що припускає рішення довгострокових завдань, ніяк не прив'язана до поточного бюджету, горизонт цілей якого обмежується одним-двома роками. Причиною такого стану справ є те, що в методичній літературі та практиці бюджетування алгоритми стратегічного і фінансового контролю зазвичай не пов'язані один з одним. Як наслідок, традиційні методи бюджетування і фінансового контролю нездатні забезпечити максимальний управлінський вплив, оскільки алгоритми досягнення довгострокових і короткострокових цілей, які задаються ними можуть діяти різноспрямовано.

Ефективність системи бюджетування в компанії залежить від організації контролю, координації і ступеню синхронізації зі стратегією. Складання бюджету слід розглядати як бізнес-процес, успішність якого забезпечують дії: 1) бюджетування має чіткий зв'язок зі стратегією компанії; 2) процес управління позбавлений зайвих (дублюючих) дій; 3) в роботі компанії присутня гнучкість; 4) робота компанії будується з обов'язковим застосуванням сучасних web-технологій, що прискорює і стандартизацію та збір даних; 5) в процес бюджетування залучаються всі працівники компанії. Інтеграція каскадного бюджетування, орієнтованого на результат(КБОР) і системи збалансованих показників може забезпечити суттєвий прогрес в технологіях корпоративного управління. КБОР досить ефективно прив'язує бюджет до реальних бізнес-процесів.

Література:

1. Єршова Н. Ю. Шляхи вдосконалення системи внутрішнього контролю на підприємстві / Н. Ю. Єршова // Вісник ДДФА : Економічні науки : наук.-теор. журн. - Дніпропетровськ : ДДФА. – 2013. – С. 171–176.
2. Єршова Н.Ю. Удосконалення обліково-аналітичного забезпечення управління основними засобами підприємств: стратегічний аспект / Н.Ю. Єршова // «Економіка та суспільство». [Електронне фахове видання]. – №14. – 2018. – Режим доступу: <http://rev.kpi.zp.ua/vypusk>
3. Державна служба статистики – Електронний документ. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Єршова Н.Ю. Інтегрована система обліково-аналітичного забезпечення процесів розробки та реалізації стратегій розвитку підприємства / [Електронний ресурс] Н.Ю. Єршова. – 2016. – Режим доступу: <http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/23806/1/>

СПОСОБИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Жадан Т.А., Третяков А.В., Мусайев М.Е.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Організація внутрішнього контролю фінансово-господарської діяльності на підприємстві може здійснюватись декількома способами: створення власного підрозділу внутрішнього контролю, шляхом отримання послуг аутсорсингу та косорсингу. Створення власного підрозділу внутрішнього контролю на підприємстві має бути доцільним з економічної точки зору. Як правило, такі підрозділи створюються на великих та середніх підприємствах. Перевагами такого способу організації внутрішнього контролю є обізнаність працівників з особливостями здійснення фінансово-господарської діяльності підприємства. Використання послуг аутсорсингу передбачає передачу функцій внутрішнього контролю (аудиту) сторонній організації (або консультанту), які спеціалізуються в цій галузі. Перевагами аутсорсингу є зниження витрат на утримання штатного персоналу, його технічне забезпечення, якість послуг, відповідальність за результат, конфіденційність. Але такий спосіб організації внутрішнього контролю на підприємстві, на відміну від попереднього, поступається обізнаністю фахівців аутсорсингових послуг в частині особливостей і специфіки ведення бізнесу. Передача функцій внутрішнього контролю (аудиту) на аутсорсинг є доцільним для суб'єктів господарювання малого бізнесу, які не в змозі утримувати на постійній основі підрозділ внутрішнього контролю (аудиту). Косорсинг як спосіб організації внутрішнього контролю (аудиту) фінансово-господарської діяльності на підприємстві представляє собою розподіл функцій контролю (аудиту) між службами підприємства і зовнішньою спеціалізованою організацією. Іноді внутрішнього контролю (аудиту) недостатньо для повного уявлення про фінансово-господарський стан підприємства, що може бути пов'язано з недостатнім досвідом його співробітників. За рахунок залучення професійних аудиторських кадрів під час надання косорсингових послуг, менеджмент підприємства отримує більш об'єктивну і неупереджену оцінку того, що відбувається на ньому. Також у підприємства з'являється можливість отримати доступ до самих передових методик і технологій здійснення внутрішнього контролю (аудиту). Проте косорсинг є більш витратним способом організації внутрішнього контролю в порівнянні з аутсорсингом, оскільки необхідно оплачувати роботу своїх співробітників і аутсорсингові послуги. Косорсинг є найбільш прийнятним рішенням для середніх підприємств, які націлені на розвиток бізнесу, прозорість і достовірність фінансової звітності.

Література:

1. Бардаш С.В., Осадча Т.С. Методи контролю у сфері господарювання: теоретичний та праксеологічний аспекти. *Економічний часопис – XXI*. 2012. №9-10. С. 76-79.
2. Жадан Т.А., Яценко С.О. Внутрішній контроль як економічна категорія: систематизація наукових підходів та уточнення змісту. *Глобальні та національні проблеми економіки*: електрон. наук. фахове вид. 2017. № 16. С. 845-850. URI: <http://global-national.in.ua/issue-16-2017> (дата звернення: 10.03.2020).

ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРИНЦИПІВ МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ РЕВОЛЮЦІЙНИХ ЗМІН

Жезус О.В.

*Харківський державний університет харчування та торгівлі,
м. Харків*

У теорії та практиці маркетингу сформувалися базові принципи, головний з яких – клієнтоорієнтованість, що означає спрямованість маркетингових зусиль на задоволення потреб споживачів. Слід констатувати, що господарюючі суб'єкти, розуміючи важливість та необхідність відповідності пропонованих товарів та послуг потребам й вимогам споживачів, мають таку орієнтацію автоматично. Тому наразі клієнторієнтованість розглядається вже не як ціль, а як невід'ємний та беззастережний принцип маркетингової діяльності. При цьому масовизація стала характерною особливістю традиційного маркетингу, відповідно до якої максимальне задоволення потреб споживачів забезпечувалося шляхом масового виробництва товарів, що пропонувалися усім споживачам, які пред'являли попит на нього. За такого підходу пропоновані товари були стандартними й не враховували індивідуальних вимог та бажань різних споживачів.

Процеси цифровізації зумовили революційні зміни, які пов'язані з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, у зв'язку з чим, з одного боку, урізноманітнилися засоби та інструменти комунікацій й просування, а з іншого – виникли нові потреби, тренди в споживанні та купівельній поведінці. Відповідно до трансформацій, що відбулися у контексті розвитку маркетингових концепцій, представниками школи маркетингу Одеської політехніки на чолі з проф. М. Окландером обґрунтовано поширення нової концепції – концепції масової індивідуалізації, відповідно до якої організаціям необхідно спрямувати зусилля на підвищення споживчої цінності своїх продуктів шляхом пошуку найкращого способу вирішення проблем споживачів. Перетворенню вирішення проблем клієнта в джерело доходу сприятиме саме індивідуальний підхід, занурення в його насущні потреби, інтереси та співпереживання. Відповідно до нових маркетингових завдань принцип клієнторієнтованості трансформується у принцип клієнтоцентричності – особливий індивідуальний підхід до окремого клієнта чи покупця на основі глибокого розуміння його потреб та спрямованості маркетингових зусиль на їх задоволення.

Перехід від масовізації до масової індивідуалізації сприятиме підвищенню споживчої цінності пропонованого продукту, більш повному задоволенню потреб споживачів, покращенню якості життя. Індивідуалізація використовується як маркетингова тактика диференціації пропозиції, що дозволить охопити більший контингент споживачів за рахунок привернення уваги до адаптованого для їхніх особистих проблем і потреб продукту. Сучасна практика маркетингу характеризується поглибленням відносин з покупцями, кращим розумінням їх потреб та інтересів, підвищенням гнучкості пропозиції до мінливих вимог і переваг споживачів.

ВАЛЮТНИЙ РИНОК ТА ВАЛЮТНІ РИЗИКИ

Жорник О.Ю, Янченко Н.В

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків*

Для того щоб почати міркування на тему валютних ринків та їх ризиків, спочатку оговоримо основні поняття, що до цієї теми. Почнемо з поняття національна валюта. Національна валюта- це грошова одиниця що є способом розрахунку за надання будь-яких товарів або послуг у певній країні. Також існує поняття іноземна валюта, тобто грошова одиниця у іноземних країнах, а також кредитні і платіжні засоби, які представлені у іноземних грошових одиницях і застосовуються у міжнародних грошових розрахунках;

У угодах які підписують всередині країни, як правило застосовують національну валюту, але якщо угода проводиться за межами країни або з іноземними підприємствами, інвесторами у межах своєї країни , то для підписання угоди їм потрібна іноземна валюта тієї країни, з якою підписується дана угода. Для таких цілей існують спеціальні ринки, робота яких закладається у купівлі або продажі іноземних валют, які і називаються валютні ринки.

Для учасників таких угод валютний ринок надає клірингові послуги, тобто можливість бути застрахованим від валютних ризиків. Але не треба забувати про наявність можливості «спекулювання» майбутньою ціною валюти, за рахунок набування або продажу валюти.

Операції які пов'язані будь-якою мірою з іноземною валютою завжди буде нести з собою ризики. Отже, валютний ризик – це коливання курсів з невідповідною зміною вартості іноземної валюти, по відношенню до валюти держави , де розміщений банк (зміна вартості активів то пасивів банку). При укладанні угод, або просто купівлі, чи зберігання особистих коштів у валюті, треба дуже ретельно проаналізувати фактори які можуть вплинути на ризик. Наприклад якщо спостерігається коливання валютних курсів або відкриті валютні позиції, це говорить про збільшення ризиків. Та навпаки ризик зменшується при використанні методів хеджування (форма страхування вартості товару або прибутку), встановлення ліміту валютної позиції.

Насамперед умови знецінювання валют, це здебільш стає значним ризиком для імпортерів, особливо якщо угода є довгостроковою, або продажу товарів и послуг у кредит.

У банківській діяльності даний тип ризику – валютний, може набувати дуже вагомого значення , в залежності від типу банківських операцій, тому це завжди регулюється країнами. Зокрема в Україні це все регулюється економічними нормативами банківської діяльності.

Література:

1. П. Х. Линдерт. Экономика мирохозяйственных связей -М: Прогресс, 1992
2. С. Фишер. Экономикс - М: Дело, 1993
3. Современная экономика / под ред. Мамедова О. Ю. - РД: Феникс, 1996
4. Экономика и жизнь, N17.04.1994, стр. 8
5. Ваше право - ЗАО" Информационные системы и технологии" , 1996
6. Библиотека предпринимателя - М: Медиа механикс, 1995

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Жуков С.А.

*Державний вищий навчальний заклад
«Ужгородський національний університет», м. Ужгород*

Підвищення екологізації підприємств є одним із важливих напрямків економічного розвитку регіонів України, в більшості з яких спостерігаються еколого-економічні диспропорції. На сучасному етапі розвитку регіони доцільно розглядати як соціо-еколого-економічну систему, в якій сприятлива екологічна ситуація буде однією з головних конкурентних переваг [2, с. 21].

На всіх рівнях управління, особливо на рівні підприємств важливим є формування екологічних ініціатив і розроблення на цій основі відповідних концепцій екологічного, ресурсоефективного виробництва товарів, споживання продукції та утилізації відходів. Сприяє цьому сучасний інформаційний простір, який відкриває широкий доступ до технологій з усього світу.

Підприємства, які прагнуть бути конкурентоспроможними вже усвідомили нагальну потребу у сертифікації за системою ISO серії 14000 «Управління якістю навколишнього середовища». Цей стандарт є найбільш впливовим у світі, а його впровадження є важливим кроком на шляху до екологізації підприємств. В Україні були затверджені міжнародні стандарти екологічного менеджменту (EMS як ДСТУ). Використання їх, як добровільних для організацій і підприємств незалежно від виду їх діяльності та форми власності [1, с. 85].

У цьому напрямку метою підприємств є зниження навантаження на навколишнє середовище на протязі всього життєвого циклу продукції, запобіганні ризиків, досягненні екологічної відповідальності по відношенню до споживачів. Продукція підприємства повинна розроблятися з урахуванням мінімізації використання невідновлюваних ресурсів, забезпечення екологічної безпеки і розвитку регіону.

Отже, при визначенні можливих напрямків розвитку регіону на основі виробництва екологічних товарів мають враховуватися як зовнішні, так і внутрішні фактори. У свою чергу, розвиток ринку екологічних виробів є одним із основних факторів забезпечення стабільності розвитку економіки регіону, дає можливість комплексно вирішити економічні, соціальні й екологічні проблеми. Вирішення екологічних проблем регіонів України потребує здійснення поступового переходу від традиційних засобів встановлення обмежень впливу на навколишнє середовище як на рівні стратегічного планування розвитку регіону, так і в господарській діяльності підприємств регіону.

Література :

1. Кучмійов А.В. Інструментарій екологічного маркетингу в контексті забезпечення екологічної безпеки. *Культура народів Причорномор'я*. 2012. № 244. С. 84-89. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/91085/21-Kuchmiiov.pdf?sequence=1>.
2. [Поخیлько С.В.](#) Сучасні еколого-економічні аспекти регіонального підходу в управлінні природокористуванням. *Вісник СумДУ. Серія: Економіка*. 2014. №3. С. 18-26. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VSU_ekon_2014_3_4.

УПРАВЛІННЯ ПОВЕДІНКОЮ СПОЖИВАЧІВ В УМОВАХ КРИЗИСУ

Загоруйко О.О, Янченко Н.В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків*

Історично вивчення споживчої поведінки фокусувалася на поведінці покупця, або на те, чому люди купують? Останнім часом дослідники і практики зосередилися на аналізі споживання, який пов'язаний не тільки з тим, чому і як люди здійснюють покупки, але і з тим, чому і як вони використовують товари? Аналіз споживання - більш широка концептуальна схема, ніж купівельну поведінку, оскільки розглядає чинники, що виникають після здійснення процесу купівлі. Аналіз наукової та періодичної літератури показує, що існують такі основні напрямки у вивченні поведінки споживачів: 1) дії, що ведуть до покупки і включають покупку або замовлення продукту; 2) способи, тимчасові рамки, умови і особливості здійснення покупки; Вважається, що права споживачів абсолютні, є недоторканими і незаперечні. В результаті проведення широкомасштабної кампанії за права споживачів в національній свідомості стався зсув, який привів до підвищення моральних і етичних вимог, що пред'являються до лідерів бізнесу і політикам. Дії виробників і роздрібних продавців всупереч громадській думці все частіше наштовхуються на активний опір, чому сприяє діяльність громадських організацій, націлена на забезпечення захисту прав споживачів. Глобальна фінансово-економічна криза вплинула на потреби значної частини російських споживачів, оскільки заробітна плата 50% російських споживачів варіюється в межах від 7 до 25 тисяч рублів. В умовах зміни соціальної та демографічної ситуації, змінилося і співвідношення споживачів «інноваторів» та «імітаторів». Сьогодні до числа інноваторів відноситься не більше 12% українських споживачів, в той час як до імітатора відноситься більшість, загальною чисельністю близько 88%. Крім того, в умовах глобальної фінансово-економічної кризи сукупний споживчий попит впав більш ніж на 30%. Дослідження багатьох російських компаній показують, що при відвідуванні торгових молів середній покупець став відвідувати близько трьох торгових точок замість 10, які він відвідував раніше. В таких умовах виробники і торговельні організації починають робити акцент у своїй маркетинговій діяльності на стимулювання збуту в торговельній мережі та серед торгових посередників - трейд маркетинг. Типовими інструментами торгового маркетингу є: бонуси; дисконти; премії торговому персоналу при виконанні поставлених маркетингових завдань, акції просування, конкурси, роздача безкоштовних зразків, що стимулюють споживача до здійснення покупки за низькими цінами. Такі заходи, спрямовані на зміну купівельної поведінки, для одних підприємств є досить ефективними, для інших - ні. Визначальним фактором є кваліфікація персоналу, керуючого торговим асортиментом і фахівців трейд маркетингу. Інший тенденції в поведінці споживачів є зміна способів позбавлення від товарів. У кризовій ситуації виробники і торговельні організації повинні адаптувати свою маркетингову діяльність до умов, що змінюються запитам споживачів, проводячи регулярні дослідження споживчого попиту і переваг.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Загорянська О. Л., Катревич К. А.,

*Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
м. Кременчук*

Зелений туризм з кожним роком стає все більш популярним. Для України ж він ще зовсім новий і досить незвичний вид відпочинку, хоча це зовсім не заважає йому динамічно розвиватися. Незважаючи на те що в останні роки цей вид туризму набуває актуальності, проблеми організації відпочинку та його розвитку, в нашій країні є недостатньо вивченими.

Сучасний стан та особливості зеленого туризму досліджували такі вчені, як Гловацька В.В., Арбузова Ю.В, Передерій Н.О та ін. У працях цих науковців розглянуто перспективи розвитку зеленого туризму.

Природні ресурси України, зокрема Волинської області, приваблюють до себе значну кількість туристів, про що свідчать статистичні дані [1]. Природні умови регіону сприяють компактному заселенню території, розвитку транспортних зв'язків та інтенсивному сільськогосподарському виробництву [1].

Сільський зелений туризм на Волині визначається своєю багатогранністю, і передбачає:

- екскурсійні маршрути, які є унікальною можливістю долучитися до джерел та витоків української духовності через засоби культури, літератури, мистецтва – заповідник «Старе місто», замок «Люберта», монастир ширіток, тощо;
- ознайомлення з природними художніми ремеслами (плетіння з лози, різьба по дереву, вишивка, малярство, гончарство).

Вивчаючи попит на ринку туристичних послуг у зеленому туризмі, компанія GfK Ukraine провела дослідження, результати якого показали, що відпочинку в садибах Західної України надає перевагу 41% відпочиваючих [2]. Для збільшення туристичних потоків, необхідно створити сприятливі умови проживання, надати можливість туристами обирати різні маршрути та забезпечити вдале транспортне сполучення.

Таким чином, зелений туризм є одним із найперспективніших напрямів розвитку, оскільки є доступним за своїми цінами для більшості населення країни. Подолання соціально-економічних проблем розвитку сільських територій можливе за рахунок розвитку суб'єктів господарювання сільського зеленого туризму

Література:

1. Гловацька В.В. Сільський зелений туризм: сутність, функції, основи організації / В.В. Гловацька // Економіка АПК. – 2006. – № 10. – С. 148–155.
2. Попит на ринку туристичних послуг [Електронний ресурс] // 2016. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.gfk.com/uk-ua/>.

ФІНАНСУВАННЯ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ: УКРАЇНА, РЕСПУБЛІКА БІЛОРУСЬ, ПОЛЬЩА

Захарова О.В.

Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси

Можливості перманентного просування країни лінійкою технологічних укладів будуть залежати від багатьох чинників, визначальним з яких є інноваційний розвиток, досягти якого неможливо без значних фінансових інвестицій у науково-дослідні роботи, що здійснюються у всіх секторах національної та регіональної економіки. Порівняння витрат на НДДКР, поданих як відсоток від ВВП, розрахованих за період 1998-2017 рр. для України й сусідніх Білорусі та Польщі, дозволили дійти висновку про різке погіршення ситуації із фінансуванням наукових досліджень в Україні, рис. 1 [1].

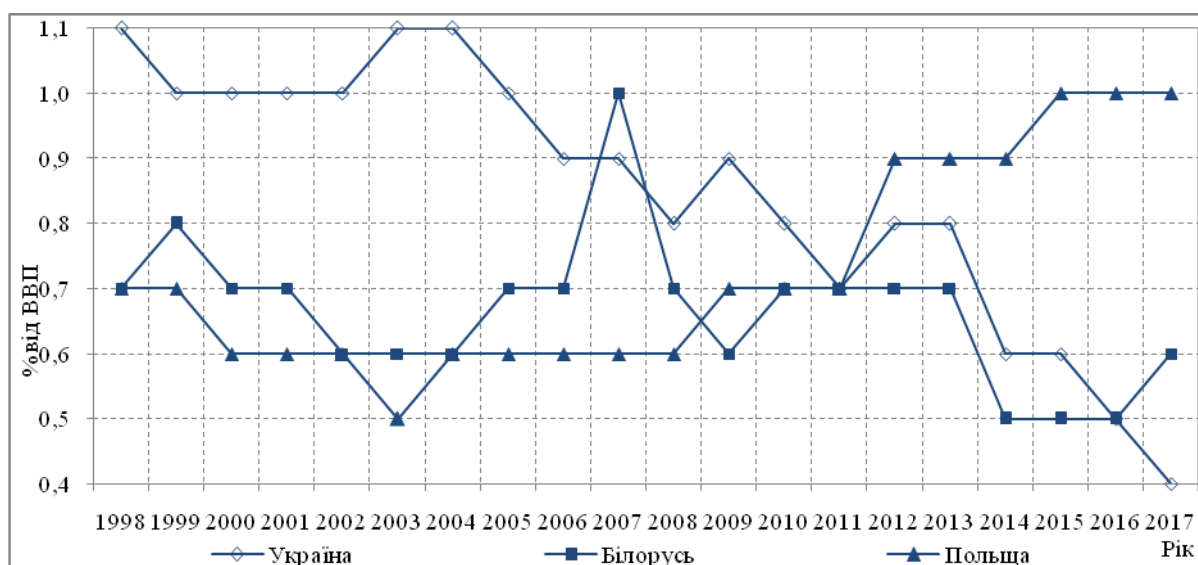


Рис. 1 – Динаміка витрат на НДДКР України, Республіки Білорусь та Польщі

У 2017 р. за рівнем обраного показника Україна посіла 46 місце серед країн світу, при тому, що порівняно із базовим роком його скорочення становило 64,0%. Натомість в Білорусі, яка у звітному році посіла 39 місце, скорочення за період становило всього 15,0%. Ситуація із фінансуванням наукових досліджень в Польщі покращується протягом всього періоду, що дозволило країні посісти 29 місце серед країн світу за цим показником.

Водночас більш катастрофічною є ситуація у абсолютному вимірі показника: у 2016 р. Білорусь на фінансування НДДКР спрямувала 295,9 млн долл. США, Україна – 744,0 млн долл. США, Польща – 5721,3 млн долл. США [1]. Отже чітко простежується спрямованість національної політики Польщі та Білорусі на нагромадження наукового потенціалу, результати якої чітко простежуються в динаміці основних макроекономічних показників: обсяг ВВП на душу населення Польщі зріс з 1992 по 2017 рр. на 180,0%, Білорусі – на 130,0%, тоді як України – скоротився на 8,0%. Подолати означену негативну тенденцію для України можливо лише шляхом зміни державних пріоритетів.

Література:

1. World Data Atlas. URL: <https://knoema.com/atlas> (дата обращения: 21.02.2020).

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Звонко Є.О., Брінь П.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В сучасному світі будь-яке управлінське рішення вимагає ретельного економічного обґрунтування, при цьому розрахунки повинні мати стратегічну спрямованість. Як правило, більшість стратегічних рішень підприємства потребують забезпечення інвестиційними ресурсами, що вказує на актуальність теми дослідження.

У загальному розумінні методи оцінювання інвестиційних проектів передбачають порівняння доходів від реалізації інвестиційного проекту та витрат, які необхідні для його реалізації. Як правило, кожен з методів оцінювання інвестиційних проектів передбачає використання одного або декількох критеріїв економічної ефективності, які можна умовно поділити на абсолютні та відносні. Абсолютні показники ефективності інвестиційних проектів вимірюються у вартісних одиницях, а відносні показники формуються як співвідношення інших показників.

Слід зазначити, що методи оцінювання інвестиційних проектів будуть суттєво залежати від їхнього типу. Так, довгострокові інвестиційні проекти, а особливо інвестиційні проекти, пов'язані з підривними інноваціями [1], будуть обов'язково вимагати методів, які базуються на дисконтуванні грошових потоків. У той же час розрахунок економічної ефективності короткострокових інвестиційних проектів може проводитися без дисконтування [2,3].

Конкретні методики інвестиційного аналізу визначаються залежно від реально існуючого процесу інвестування. За допомогою застосування існуючих методів можна здійснити детальний інвестиційний аналіз. Виявлена ефективність інвестицій допоможе правильно вибрати найбільш привабливий об'єкт для вкладення грошей.

У якості висновку зазначимо, що ретельний розрахунок економічної ефективності інвестиційного проекту може суттєво знизити ризики його здійснення.

Література

- 1 Брінь П., Дягілева Г. Економічна сутність підривних інновацій //Економічний аналіз. – 2011. – №. 8. – С. 73 – 76
- 2 Брінь П. В. Особенности классификации инвестиционных ресурсов //Вісник Харківського Національного Університету ім. Каразіна. Економічна серія.—Харків: ХНДУ. – 2002. – №. 564. – С. 175-178.
- 3 Брінь П. Шляхи інноваційного розвитку залізничного транспорту України //Зб. наук. пр. КУЕТТ.–Київ: КУЕТТ. – 2006. – С. 75-79.

НЕОБХІДНІСТЬ МІЖНАРОДНОГО НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ КРАЇНИ

Зеленько О. О., Ночвіна І. О.

*Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди,
м. Харків*

В умовах посилення процесів інформатизації, інтелектуалізації та глобалізації, які стрімко охоплюють всі сфери, визначальним фактором економічного розвитку будь-якої країни у світову економіку є розвиток науково-технічного співробітництва. Тому, стає необхідною тенденція розширення обсягів продукції інформаційних технологій у міжнародному науково-технічному співробітництві та виникнення потреби оптимізації його діяльності відносно створення електронних інформаційних продуктів.

Відтак, враховуючи постійне зростання ролі науки й техніки в сучасному міжнародному просторі, можна прогнозувати посилення впливу науково-технічного співробітництва на всю систему світового господарства.

Науково-технічне співробітництво країн світу в сучасних умовах глобального економічного розвитку свідчить про такі пріоритетні напрямки, як формування сучасної системи інформаційного стимулювання розвитку експорту, оптимізація діяльності центрів інформації про умови та способи реалізації міжнародної торгівлі, організація доступу до інформаційних ресурсів учасників міжнародної економічної взаємодії за допомогою мережі Інтернет і новітніх засобів зв'язку [1,2]. Тому, удосконалення інформаційної стратегії України в процесі її інтеграції у міжнародний економічний простір є необхідністю.

Слід зазначити, що відсутність дієвої та послідовної державної політики реформування науково-технічної сфери призводить до того, що наявний науково-технологічний потенціал для зміцнення своїх позицій на світовому ринку як рушійний фактор у аспекті її розвитку не реалізується, що позначається на досить низькому рівні розвитку інформаційних технологій країни та, як наслідок, її науково-технічного співробітництва.

На нашу думку, важливим напрямком розвитку науково-технічного прогресу в світі є створення сприятливого середовища для формування інформаційно-інноваційної складової науково-технічного співробітництва. Для його ефективного розвитку потрібна інформатизація матеріально-технічного та фінансово-економічного характеру, що забезпечується на державному законодавчому рівні на основі певних заходів з підтримки науково-технічного співробітництва.

Література:

1. Бабенко В. О. Розвиток інтеграційних процесів України та країн-членів БРІКС в умовах глобалізації. *Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки*. 2016. № 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2016_3_3.

2. World informatization in conditions of international globalization: Factors of influence / V. Babenko et al. *Global Journal of Environmental Science and Management*, 5 (SI). 2019. P. 172–179. DOI: 10.22034/gjesm.2019.05.SI.19

ШЛЯХИ СКОРОЧЕННЯ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Зозуля М.О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

З кожним днем підприємці все більше помічають, що світова економіка стрімко розвивається, конкуренція зростає, і кожне підприємство знаходиться в боротьбі за лідируючі місця на ринку і не лише національному, але й світовому. Тому, прибуток та конкурентна перевага це першочергові показники ефективного та налагодженого управління підприємством. Управління – це специфічний процес, що забезпечує планування, організацію, мотивацію, контроль і регулювання будь-якої діяльності, спираючись на інформацію про господарювання підприємств яку надає система бухгалтерського обліку [1, с.5]. Для досягнення прибутковості підприємства важливо проаналізувати показники, які впливають на фінансовий результат підприємства, а особливо звернути увагу на скорочення та управління витратами. Багато підприємців обирають найлегші шляхи скорочення витрат: урізання зарплати, скорочення інвестицій в маркетинг, погіршення якості. Але, як показує практика, ці помилки дуже негативно впливають на бізнес компанії та на її прибуток. Сьогодні підприємства стрімко розвиваються і з'являються нові види витрат, а тому потрібно правильно ними керувати. Ця тема досить актуальна і висвітлена у багатьох працях вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких: Бланк І.О., О. Амосов, С. Архієреєв, Л. Цимбалюк, О. Попов, М. Портер.

До ефективних способів скорочення витрат можна віднести такі як: зменшення витрат на виробництві (економія палива, електроенергії, сировини, матеріалів); відмова від офісу (більшою мірою це відноситься до невеликих підприємств, а також якщо офіс не є одночасно складом, виставковим залом, або місцем продажу. По-перше, оренда офісу і його обслуговування - одна з найвагоміших статей серед витрат, що не мають доходу. По-друге, були проведенні опитування у працівників на тему де їм краще виконувати роботу. Більшість відповіла що вдома, у кафе або у парку, і ні хто не відповів, що в офісі); аутсорсинг – безпечний спосіб скоротити витрати, бо замість щомісячної зарплати потрібно тільки оплачувати рахунки за конкретні послуги; прив'язати мотивацію деяких співробітників до виконання плану – це допоможе позбавлятися від неефективних співробітників або мотивувати їх на великі продажі; проаналізувати, які витрати були неефективні в минулому місяці і як їх можна оптимізувати.

Таким чином, скорочення та оптимізація витрат – це завжди актуально для кожного підприємства. Тому задля процвітання фірми підприємці повинні постійно аналізувати, шукати нові заходи та застосовувати досвід зарубіжних компаній щодо управління витратами.

Література:

1. Гусарова Л.В. Управління витратами: загальні поняття про витрати і управління ними. Калькулювання витрат : конспект лекцій / Л.В. Гусарова. – К.: КНУБА, 2006.
2. Как быстро сократить расходы, не убивая бизнес, клиентов, сотрудников? [електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://azinkevich.com/kak-bystro-sokratit-rasxody>.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ В УКРАЇНІ

Золотарьова Д.Р., Лободзинська Т.П.

Національний технічний університет України

“Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”, м. Київ

Динаміка користування Інтернет-послугами дедалі зростає. Широкого розповсюдження набуває онлайн торгівля, інтерактивне ведення бізнесу. Це зумовлює нову тенденцію – плата за надані товари та послуги за допомогою електронних грошей.

Згідно постанови Національного банку України № 481 “Положення про електронні гроші”, електронні гроші – це одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої, приймаються як засіб платежу іншими, крім емітента, особами і є грошовим зобов'язанням емітента [1]. Право на випуск електронних грошей мають виключно банки. Крім того, законодавством дозволяється випуск електронних грошей лише у гривневому еквіваленті.

Згідно Наказу Міністерства фінансів № 627 від 27.06.2013 р., рахунок 33 було доповнено субрахунком 335 “Електронні гроші, номіновані в національній валюті”, на якому відображаються операції з електронними грошима, що здійснюються комерційними агентами та користувачами, відповідно до нормативно-правових актів НБУ та правил використання електронних грошей, узгоджених з Національним банком України [2].

У бухгалтерському обліку операції, пов'язані з електронними грошима відображаються наступним чином:

- поповнення платіжної карти з поточного рахунку (Дебет 335 “Електронні гроші, номіновані в національній валюті”, Кредит 311 “Поточні рахунки в національній валюті”);
- сплата комісії за поповнення платіжної карти (Дебет 92 “Адміністративні витрати”, Кредит 333 “Грошові кошти в дорозі в національній валюті”);
- оплата товарів з платіжної карти підзвітною особою (Дебет 372 “Розрахунки з підзвітними особами”, Кредит 335 “Електронні гроші, номіновані в національній валюті”).

Відповідно до Інструкції про застосування Плану рахунків, рахунки 30, 31, 33 не кореспондують з рахунками 2-го класу. Також, при сплаті податків законодавчо обмежується використання субрахунку 335, оскільки рахунок 33 не кореспондує з рахунком 64.

До основних аспектів, які стримують розвиток електронних грошей в Україні, відносять їх правове визначення та законодавче регулювання. Варто проаналізувати досвід зарубіжних країн та визначити шляхи подальшого вдосконалення системи обліку електронних грошей суб'єктами господарювання. Також, доцільно врегулювати питання конвертації електронних грошей не тільки в національну, а й в іноземну валюту.

Література:

1. Положення про електронні гроші в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0688-08>
2. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#top>

ПОНЯТТЯ РИЗИКІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Зубков М. О.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків*

На Заході істотний інтерес приділяється питанню вивчення ризиків. Безпосереднім в цих умови вважається прагнення використовувати західний навик вивчення ризиків в українських умовах. Всі дані вивчення ризиків ґрунтуються в теоретичному фундаменті, що містить в собі основні терміни, пов'язані зі концепцією ризиків.

Метою даної роботи є розкриття поняття «ризик» в його складності і різноманітності, що допоможе при вирішенні подальших проблем, пов'язаних з ризиками.

Розглянемо ряд визначень ризику:

1. Ризик - потенційна, чисельно вимірна можливість втрати. Терміном ризику є невизначеність, пов'язана з можливістю виникнення в ході реалізації проекту несприятливих ситуацій і наслідків.

2. Ризик - ймовірність виникнення втрат планованих доходів.

3. Ризик - це невизначеність наших фінансових результатів в майбутньому.

4. Ризик - це вартісний вираз імовірного події, що призводить до втрат.

5. Ризик - шанс несприятливо результату, небезпека, загроза втрат і пошкоджень, якщо стан і умови проведення діяльності будуть змінюватися в напрямку, відмінному від передбаченого планами і розрахунками.

Таким чином, чітко видно близький взаємозв'язок ризику, ймовірності та невизначеності. Слід розібрати такі визначення як «вірогідність» і «невизначеність».

Безсумнівно, то що найбільш імовірним є в такому випадку явище, що відбувається найчастіше. Подібним способом, в головну черговість подання ймовірності пов'язане з фактичним визначенням частоти дії.

Невизначеність припускає наявність умов, при яких підсумки дій не є визначеними, але рівень ймовірного впливу даних умов на результати невідома.

Можна зробити висновок, що в основі ризику лежить імовірнісна природа ринкової діяльності та невизначеність ситуації при її здійсненні.

Крім того з визначенням ризику пов'язане уявлення «ризикової діяльності». Дане поняття слід проаналізувати, так як ризик не існує поза діяльністю, поза процесами, що йдуть в фірмі.

Резюмуючи вищесказане, слід зазначити, що ризик - складне поняття, що пов'язане з невизначеністю і пов'язане з ймовірними процесами. Ризик також нерозривно пов'язаний з діяльністю підприємства.

Література:

1. Рубенчик А. Словник термінів ризик-менеджменту // Депозитаріум, №7 (16), серпень-вересень, 1999..

2. Керівництво з кредитного менеджменту. під ред. Б. Едвардса. М: Инфра-М, 1996..

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ: КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ

Зубкова А.Б., Майгурова Д.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Впродовж останнього десятиліття більшість підприємств країн світу намагаються адаптуватись до змін, викликаних зростанням обсягу інформації, розвитком технологій та Інтернету. З'являється більша потреба у пошуках нових шляхів комунікації із кінцевим споживачем та створення цінності. В результаті цих змін з'являються нові методи стратегічного управління, які стають більш популярними в літературі та управлінській практиці.

Ключовими елементами стратегічного управління є формування візії, місії, створення стратегії та постановка цілей. Протягом майже століття у стратегічному управлінні ключовим поняттям була стратегія, направлена на визначення конкурентної переваги, постановку цілей, тощо.

Із появою нових технологій і високих вимог кінцевого споживача до продуктів і послуг виникло поняття бізнес-моделі, яке являє собою цілісну концепцію, яка демонструє різні компоненти бізнесу; описує, як ці компоненти взаємопов'язані задля створення цінності всередині бізнес-екосистеми. Створення цінності є особливо важливим параметром для ринку високотехнологічної продукції, оскільки життєвий цикл таких товарів короткий і потребує постійного модифікування та пошуку нових шляхів залучення споживачів. Така тенденція може означати, що поява нових технологій буде збільшувати потребу в додаткових розробках нових бізнес-моделей.

Один з основоположників концепції бізнес-моделі О.Остервальдер, наголошує на тому, що стратегія та бізнес-модель доповнюють одна одну. Остервальдер стверджує, що бізнес-модель – це трансформація стратегії в логіку того, як компанія буде заробляти гроші. На рівні бізнес-моделі, стратегія компанії та її візія перетворюються на ціннісні пропозиції, відносини з клієнтами та мережу створення цінності. Дослідники наголошують на потенційних перевагах формування бізнес-моделі, як одного з найважливіших факторів успіху стратегічного управління компанії і як невіддільний додаток до технологічних інновацій. Це обумовлено потенціалом отримання високої економічної цінності завдяки меншим вимогам до інвестицій в науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи й спеціалізовані ресурси.

Можна з впевненістю говорити про те, що ні стратегія, ні бізнес-модель окремо не зможуть забезпечити успіх діяльності компанії. Активні суперечки стосовно того, що є важливішим стратегія або бізнес-модель в кінцевому підсумку приведуть до усвідомлення того, що ретельне планування стратегії й створення цінності є фундаментом ефективного стратегічного управління. У зв'язку з чим виникає потреба у подальших дослідженнях концепції бізнес-моделі, чим вона відрізняється від стратегії та як вдало імплементувати ці два інструменти стратегічного управління для того, щоб отримати максимальний ефект.

РОЗВИТОК ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ

Івах С.С., Бондаренко С.М.

Харківський державний автомобільно-дорожній коледж, м. Харків

В умовах переходу суспільства до інформаційної економіки вирішальним фактором розвитку виступають уже не природні, матеріально-речові ресурси, а інтелектуальний капітал. Інтелектуальний капітал – це професійні, наукові й повсякденні знання, накопичений досвід, творчі, організаційні і лідерські здібності працівників, що в процесі суспільного виробництва трансформуються в інтелектуальну власність, інфраструктурні, ринкові та інші нематеріальні активи, що використовуються підприємством для виготовлення конкурентоспроможних товарів і послуг для отримання доходу. Формування та накопичення інтелектуального капіталу можливе лише при забезпеченні процесу інтелектуалізації людського капіталу, під яким розуміється процес поступового підвищення інтелектуального рівня людського капіталу на основі синтезу інформації, знань, умінь та навичок окремого індивіда, що відбувається для відповідності сучасним умовам та отримання соціально-економічного ефекту від їх застосування. Інтелектуальний капітал є домінантою економічного розвитку. Процеси його відтворення, нагромадження та управління ним визначають перспективи й орієнтири науково-технічного прогресу, створення новітніх видів виробництв.

Незважаючи на скорочення наукових підприємств та наукового кадрового потенціалу протягом останніх років, відбулася активізація винахідницької діяльності, оскільки зросла кількість наданих та отриманих заявок. Також слід зазначити, що науково-дослідна діяльність в Україні сьогодні зосереджена в основному в галузі освіти, оскільки майже три чверті виконавців наукових досліджень і розробок працюють у секторі вищої освіти, проте можливості до комерціалізації їх результатів є низькими з причин відсутності тісної співпраці з реальним сектором економіки та недостатньо актуальними розробками.

Водночас процес формування інтелектуального капіталу в Україні пов'язаний з рядом проблем, які позначаються на розвитку інтелектуального потенціалу та стримують становлення нової інноваційної моделі сучасної економіки: регулювання відносин, що виникають між суб'єктами інноваційної діяльності при створенні об'єктів інтелектуальної власності; придбання й оплати майнових прав на використання об'єктів інтелектуальної власності; забезпечення охорони захисту прав об'єктів інтелектуальної власності, стимулювання розвитку індустрії інформаційних технологій.

Сьогодні лише своєчасна та якісна модернізація існуючих в Україні виробничих потужностей при активному залученні та використанні інтелектуального капіталу та взаємодії всіх ресурсів здатні забезпечити ефективний перехід до інтелектуальної економіки, що, в свою чергу, підвищить суспільний рівень та добробут населення країни. Тому важливим є створення сприятливих умов для формування та використання інтелектуального капіталу, освітніх та наукових закладів, громадськості та органів влади окремих територій до взаємодії, співпраці, узгодження діяльності тощо, а також систематичний їх моніторинг.

ХАРАКТЕРИСТИКА ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ДЛЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОНОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ

Івахненко А.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

У структурі промисловості України найбільшу питому вагу займають галузі важкої індустрії, зокрема вугільна промисловість, чорна металургія і машинобудування. Машинобудування є однією з галузей переробної промисловості, яка об'єднує підприємства та організації з розробки, виготовлення і ремонту засобів виробництва і знарядь праці, транспортних засобів, електричної та електронної апаратури, електроустаткування, оборонної продукції і т.п. На сьогодні в машинобудівній галузі зосереджена третина промислововиробничих фондів і майже половина промислового виробничого потенціалу країни. Від стабільного функціонування даної промисловості в сучасних умовах господарювання безпосередньо залежить стан і рівень розвитку національної економіки України.

В умовах ринкової економіки технологічне оновлення виробництва є головною умовою не тільки розвитку економіки підприємства, але також скорочення витрат на випуск продукції, підвищення конкурентоспроможності та ефективності підприємства. Тому актуальним стає питання фінансування технологічного оновлення, в тому числі і машинобудівної промисловості України.

Над питаннями фінансування технологічного оновлення, науково-технічного й інноваційного розвитку та впливу інвестиційних процесів на розвиток технологій досліджували такі відомі вчені: В. Геєць, Н. Іванова, О. Лапко, П. Лісова, Р. Нельсон, Р. Осипенко, Е. Петерс, А. Родрігес-Клар, Є. Черниш, Є. Ясин та інші. Однак питання щодо фінансування технічного оновлення машинобудівної промисловості України, тому виникає гостра необхідність поглибленого дослідження теоретичних та практичних аспектів даного питання

Метою дослідження є дослідження особливостей фінансування технічного оновлення машинобудівної промисловості України.

Правильно і грамотно реалізований процес технічного оновлення дозволяє підприємству відкрити такі можливості: збільшити обсяги виробництва продукції, що виробляється, підвищити якість продукції, що виробляється, за рахунок використання нових технологій збільшити енергоефективність виробництва – тобто раціонально використовувати енергетичні ресурси, за рахунок нових технологій можна використовувати меншу кількість енергії для забезпечення того ж рівня енергетичного забезпечення будівель або технологічних процесів на виробництві.

ПРОГНОЗУВАННЯ І ОЦІНКА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Івахненко А.В., Харченко В.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

Сучасні умови господарювання, особливо для середніх та великих промислових підприємств, вимагають нових підходів до управління фінансами, планування та бюджетування діяльності. Одним з інструментів ефективного управління фінансами підприємства є засоби прогнозування фінансових результатів.

Ефективне управління фінансами підприємства можливе тільки за умови планування всіх фінансових потоків, процесів і відносин підприємства. Обґрунтування фінансових показників фінансових операцій, як результативність багатьох господарських рішень, досягається у процесі фінансового планування та прогнозування. Тому дослідження основних методик прогнозування та оцінки фінансових результатів діяльності підприємства є вкрай важливим для подальшого успішного розвитку підприємств будь-якої галузі.

Актуальність обраної теми підтверджує те, що її вивчали провідні, вітчизняні та закордонні науковці, а саме: Е. Альтман, Н. Зайцева, В. Бівер, Е. Коротков, А. Градов, І. Ларінов, А. Грязнова, У. Блінова, В. Ковальов, Е. Уткін, М. Сажина, І. Симиґалов, Г. Базаров, Я. Фомін та ін.

Проблема. Не зважаючи на чинний значний доробок за даною темою, існують питання, які потребують детальнішого вивчення, до прикладу, проблемою довгострокових прогнозів є низька точність прогнозування внаслідок високого ступеня невизначеності як щодо діяльності самого підприємства, так і макроекономічної ситуації в цілому.

Метою даною статті є розробка концептуального модельного базису для оцінки фінансових результатів підприємств, що дозволить значно спростити процедуру аналізу, і результати застосування якого дадуть змогу приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо управління діяльністю підприємства.

Для вирішення поставлених задач необхідно використати методи аналізу, дедукції, узагальнення, класифікації.

Головною метою створення подальшої діяльності будь-якого господарюючого суб'єкту, не залежно від виду його діяльності чи форми власності, є отримання кінцевого фінансового результату, тобто прибутку. Фінансовий результат - це прибуток або збиток який отримує господарюючий суб'єкт внаслідок своєї діяльності. Отже, оцінка та прогнозування фінансових результатів дає можливість уникнути значних витрат та підвищити конкурентоспроможність підприємства.

ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОНОВЛЕННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Івахненко А.В., Шпітальна Т.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

У сучасних умовах будь-яке підприємство, промислове, торгівельне або комерційне, що працює в умовах ринкової економіки і конкуренції, для підтримки високого рейтингу на ринку вимагає систематичного оновлення знарядь і засобів праці. Тільки за умови задовільного технічного стану виробничої бази та своєчасного оновлення основних фондів підприємство може розраховувати на успіх. його діяльності і стабільне економічне зростання.

Завдання оновлення виробничих фондів постає перед усіма промисловими підприємствами країни, з огляду на те, що зростання технічного прогресу вимагає від підприємств виробництва сучасної, що відповідає всім міжнародним вимогам якості, продукції, що, природно, призводить до стабільного прибутку підприємства.

Особливої актуальності набуває вивчення питань, пов'язаних з процесом оновлення виробничих фондів промислових підприємств, а також пошуком можливих джерел внутрішнього і зовнішнього фінансування даної проблеми. Це пояснюється тим, що ефективно оновлення матеріально-технічної бази дозволить підвищити фінансовий стан і конкурентоспроможність підприємства на ринку. Серед діячів науки, які присвятили свої роботи вивченню даної проблеми, можна виділити Е.С. Бірюкова, Н. В. Опришко, Н.В. Рубан, В.В. Царьова.

В даний час однієї із серйозних проблем, які стоять перед промисловими підприємствами, є високий ступінь морального та фізичного зносу основних виробничих фондів і низькі темпи їх оновлення. Ще однією проблемою може служити недостатнє фінансування оновлення виробничих фондів. Це залежить і від фінансового стану підприємства, і від політики управління в цілому. Якщо розглядати ступінь зносу в розрізі окремих видів економічної діяльності, то можна помітити, що найбільш висока ступінь зносу припадає саме на промислові підприємства. Причому динаміка оновлення основних фондів на виробництвах не перевищує 9,3%

Отже, високий знос основних виробничих фондів припускає низьку якість виробленої продукції і, як правило, досить таки не маленькі витрати на утримання і ремонт обладнання, так і на його оновлення.

Оновлення виробничих фондів практично для кожного підприємства є першочерговим завданням в політиці управління виробництвом. Однак не кожна компанія володіє необхідним запасом коштів. Наведені джерела фінансування дозволять керівництву підприємства прийняти грамотні управлінські рішення з питання оновлення основних виробничих фондів.

МІГРАЦІЯ РОБОЧОЇ СИЛИ В УКРАЇНІ**Ілляшенко С.М., Сахацька Є.І.****Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків**

На сучасному етапі економічного розвитку робоча сила є однією з головних складових потенціалу соціально-економічного зростання країн світу. Перспективи розвитку національних економік напряму залежать від наявності кваліфікованої робочої сили і існуючих тенденцій її кількісних та якісних змін. Для економіки України питання аналізу і формування позитивних тенденцій міграції робочої сили набуває особливої актуальності, оскільки постійне зменшення чисельності населення (з 52 млн. у 1991 р. до 37 млн. у 2019 р.), особливо працездатного віку, є загрозою національній безпеці.

Проте аналіз статистичних даних щодо міграції населення (табл. 1) свідчить про загалом позитивні тенденції кількісних параметрів міграційних процесів в Україні в цілому і Харківській обл. зокрема. Звичайно, аналіз міграційних процесів у інших областях країни свідчить про прямо протилежні явища – негативний міграційний приріст, що ставить під сумнів перспективи їх економічного зростання.

Таблиця 1 – Міграційний рух в Україні, 2019 рік

Регіон	Кількість випадків прибуття	Кількість випадків вибуття	Міграційний приріст, скорочення (–)
Україна	576032	554520	21512
Харківська	48296	42860	5436

Необхідно також зазначити негативні диспропорції у міграційних процесах [1]. Країну покидає кваліфікована робоча сила у працездатному віці, а їм на заміну приїжджають некваліфіковані працівники (представники інших культур), які не відповідають потребам сучасних виробництв. Це лише посилює процеси деіндустріалізації вітчизняної економіки і перетворення України у сировинний придаток розвинених країн.

Для виправлення існуючих загрозливих тенденцій необхідна відповідно спрямована державна політика: стимулювання розвитку наукомістких галузей, зокрема промисловості; стимулювання розвитку малого бізнесу; розвиток науки і освіти; підвищення соціальних гарантій тощо. За рахунок цього можна забезпечити позитивні тенденції міграційних процесів, а разом з тим і умови соціально-економічного зростання України.

Література:

1. Illiashenko S.M. Current state of labor migration from Ukraine in the EU prospects and its regulation // Sergii Illiashenko, Tetiana Adamets // Economic Processes Management. – 2017. – № 2. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://epm.fem.sumdu.edu.ua/last-number/>

ПРОДУКУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ЗНАНЬ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЇХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С., Ілляшенко Н.С.
*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Здатність продукувати і використовувати знання є важливою конкурентною перевагою підприємств. Ефективне управління знаннями дозволяє їм адаптуватися до перманентно мінливих умов зовнішнього середовища, знаходити і реалізовувати нові ринкові можливості інноваційного розвитку, успішно конкурувати на обраних цільових вітчизняних і зарубіжних ринках [1, 2]. В цих умовах актуалізується проблема аналізу ефективності процесів продукування і використання знань підприємствами України в контексті забезпечення їх інноваційного розвитку. Особливо це стосується підприємств промисловості як провідної галузі, розвиток якої визначає темпи НТП національної економіки у цілому.

Систематизовано основні джерела знань промислового підприємства, а також напрями їх використання. Виконано аналіз основних способів отримання і комерціалізації знань на підприємствах України, проведено їх порівняння з країнами ЄС. Визначено сильні і слабкі сторони існуючої системи управління знаннями на підприємствах. Результати аналізу свідчать про наявність доволі суперечливих тенденцій. З одного боку вони свідчать про все ще достатньо значний потенціал інноваційного розвитку промислових підприємств України, зокрема, в частині здатності отримувати (продувати) нові актуальні релевантні знання, які дозволяють сформулювати на їх основі відносні конкурентні переваги і реалізовувати стратегії випереджаючого інноваційного розвитку. Особливо це стосується знань, які втілені у об'єкти промислової власності. З іншого – свідчать про відставання у реалізації наявного потенціалу інноваційного розвитку, що проявляється у погіршенні показників інноваційної активності вітчизняних промислових підприємств.

Отримані результати можуть бути використані як інформаційна база оцінки впливу існуючої системи продукування і використання/ комерціалізації знань на промислових підприємствах на перспективи інноваційного зростання економіки України. Вони також можуть бути покладені в основу бази знань системи управління вибором перспективних напрямів інноваційного розвитку цих підприємств.

Література:

1. Проблеми і перспективи ринково-орієнтованого управління інноваційним розвитком: монографія / за ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. – Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2011. – 644 с.
2. Ілляшенко С.М. Перспективи і загрози четвертої промислової революції та їх урахування при виборі стратегій інноваційного зростання / С.М. Ілляшенко, Н.С. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2016. - № 1. - С. 11-21.

ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА МІКРО- І МАКРОЕКОНОМІЧНОМУ РІВНЯХ

Ілюха А.Є.

*Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця,
м. Харків*

Загострення конкурентної боротьби у світі виявило проблеми конкурентоспроможності як на мікро-, так і на макроекономічному рівнях. Конкурентоспроможність стала універсальною вимогою, що пред'являється відкритою економікою будь-якому економічному суб'єкту. Для забезпечення ефективної діяльності підприємствам необхідно вивчати конкурентне середовище, визначати конкурентні переваги, конкурентний потенціал та конкурентоспроможність не тільки підприємства, а й країни в цілому.

У роботі [1] автори сформулювали метод оцінки конкурентоспроможності підприємств за допомогою інтегрального показника. Дане дослідження доводить, що конкурентоспроможність компанії враховує три основні види економічної діяльності: постачання, виробництво та реалізація. Кожен із вищезазначених видів можна додатково оцінити, використовуючи незалежні показники, що характеризують всю господарську діяльність підприємства. Інтегральний показник конкурентоспроможності підприємств повинен включати показники, що безпосередньо описують виробничий процес, фінансовий стан, використання персоналу, рівень інновацій тощо. Запропонований підхід передбачає визначення показників зростання, які потім використовуються як основа для розрахунку середньозваженої конкурентоспроможності кожного типу.

У період кризи світової та державної економіки брак коштів вимагає прийняття зважених рішень щодо політики розвитку галузей. Виявлення найбільш дохідних галузей та корегування управлінських рішень, зважаючи на рівень конкурентоздатності різних секторів економіки, дозволяє швидше стабілізувати фінансове положення країни. Звідси постає питання вдосконалення методології оцінки конкурентоспроможності галузей у розрізі міжгалузевої конкуренції. У статті [2] запропоновано метод оцінки міжгалузевої конкурентоспроможності на основі двох інтегральних показників (статичного та динамічного) і нечіткого висновку, представленого множиною лінгвістичних векторних оцінок. Дана методика дозволяє не тільки порівняти показники діяльності галузей, але й визначити нестабільні або критичні напрями її діяльності. Вона зручна для використання та дозволяє вводити нові напрями (вектори), показники та відповідно коригувати їх.

Література:

3. Ivanova M., Varyanichenko O., Sannikova S., Faizova S. Assessment of the competitiveness of enterprises. *Economic Annals-XX*. 2018. Volume 173, Issue 9-10. P. 26-31. DOI: <https://doi.org/10.21003/ea.V173-04>
4. Kucherenko S., Levaieva L., Semenenko O. Methodological approaches to assessment of intersectoral competitiveness. *Economic Annals-XXI*. 2017 Volume 162, Issue 11-12. P. 43-47. DOI: <https://doi.org/10.21003/ea.V162-09>

УМОВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Іпполітова І. Я.

*Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця,
м. Харків*

В роботі розглянуті умови розвитку інноваційного підприємництва в Україні. Здатність економіки бути конкурентоспроможною формується типом розвитку, який обирає країна. Інноваційний тип розвитку базується на запровадженні інновацій, які неможливо реалізувати без інвестицій та персоналу, здатного мислити креативно. Проте, на шляху переходу до моделі інноваційного розвитку існує багато невирішених питань, серед яких, однією з головних, є проблема заохочення та підтримки інноваційного підприємництва.

Проблеми його розвитку в Україні залишаються й до сьогодні відкритими та потребують подальшого наукового дослідження та вирішення. Створення належних стимулів для поширення інноваційної моделі економічної поведінки українського бізнесу стає одним із найбільш визначальних завдань економічної політики країни. На розвиток інноваційного підприємництва в Україні впливає низка чинників, які потрібно визначати та враховувати при формуванні стратегії розвитку суб'єктів підприємництва. Передумовою для його розвитку є знаходження нових та поліпшення якості наявних товарів і послуг. Досліджуючи досвід країн, які пропагували у підприємницьких колах найсучасніший промисловий та управлінський досвід (Японія, Сінгапур, Південна Корея, Тайвань, Ізраїль), то на сьогоднішній день, вони вже перемагають у світовій конкурентній боротьбі. В цих державах органами влади надзвичайно висока увага приділялася узагальненню найкращих підходів і практик в аспекті організації та управління підприємствами. Водночас у нашій країні тільки починається звертання уваги на продукцію, регламенти і стандарти та починають досліджувати проблематику ділової досконалості підприємств, від якої в кінцевому рахунку залежить ефективність вітчизняної економіки. Що ж можливо використати в якості запровадження успішного досвіду? Перш за все, держава повинна надати бізнесу умови, за якими необхідно зменшували податкове навантаження хоча б перші роки функціонування підприємств та спрощувати подання звітності, що, в свою чергу, дозволило б бізнесу отримати необхідний час для власного зростання. Крім того, необхідно використовувати й новітні форми фінансування запровадження інновацій, серед яких особливе місце займає венчурне фінансування. Найбільш доцільно застосовувати його у малому підприємстві в сфері науково-технічних досліджень та дослідно-конструкторських розробок, що представляють інтерес для просунення новаторських ідей. Цей вид фінансування передбачає більш високу дохідність інвестицій у разі успішної реалізації інноваційних проєктів, бо кошти вкладаються в розвиток наукоємних проєктів з високим потенціалом зростання. Отже, світовий досвід засвідчує, що саме інноваційне підприємництво на етапі свого розвитку стає головним структуроутворюючим елементом конкурентного ринкового середовища, важливою рушійною силою розвитку економічної системи.

ФАКТОРИ ВПЛИВУ ТА РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Іщук Л.І.

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

Кожен вид діяльності залежить від різних факторів, проте завжди вони поділяються на ті, що залежать від діяльності підприємства – внутрішні, та ті, які господарюючий суб'єкт не в змозі контролювати – зовнішні. Варто пам'ятати, що сільськогосподарські підприємства мають підвищений ступінь ризику, оскільки на їх діяльність мають вплив неконтрольовані чинники, такі як природно-кліматичні умови, сезонність та висока ймовірність виникнення непередбачуваних обставин (рис. 1).

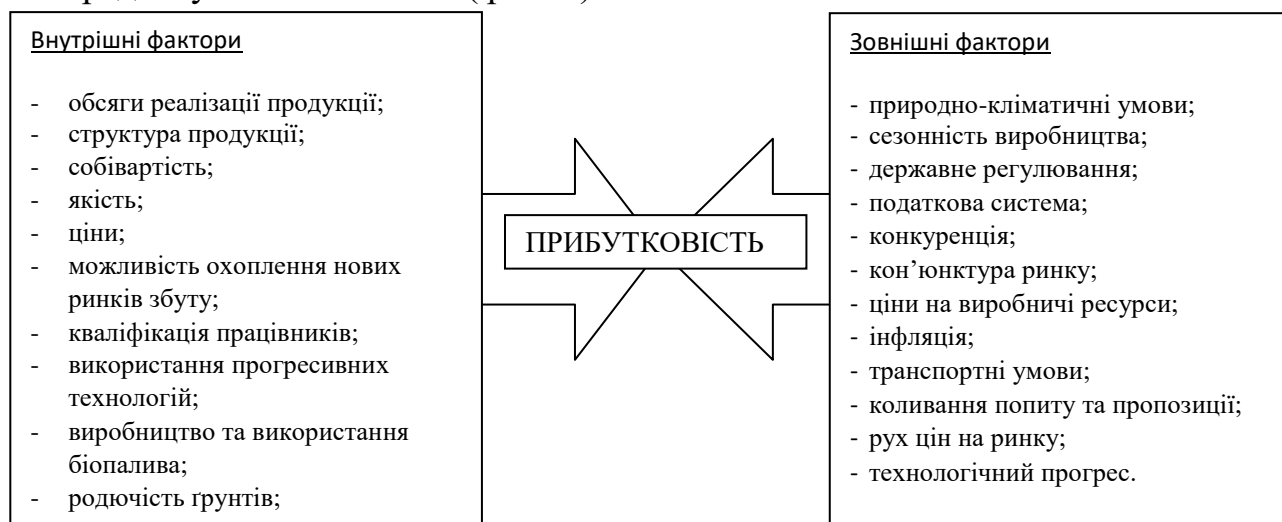


Рис.1.Класифікація факторів впливу на прибутковість с-г підприємства

Виходячи з наведених факторів впливу на прибутковість підприємства можна запропонувати наступні шляхи для її підвищення:

1. Збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції, за рахунок повного використання потужностей, що зумовить зменшення собівартості одиниці продукції.

2. Зниження витрат на виробництво, за рахунок використання новітніх технологій та сучасних методів управління витратами.

3. Підвищення продуктивності праці робітників, шляхом проведення курсів або тренінгів для підвищення кваліфікації та застосування стимулюючої політики.

4. Виробництво найбільш рентабельної продукції та покращення системи маркетингу.

5. Здійснення ефективної цінової політики та встановлення надійних договірних відносин з контрагентами.

Література:

1. Биба В.В., Ковалець М.В. Чинники, що впливають на прибуток сільськогосподарських підприємств в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2016. №5. С.88-94.

2. Шматковська Т.О. До проблематики забезпечення прибутковості сільськогосподарських підприємств. *Ефективна економіка*. 2016. №1. С.146.

3. Олександренко І.В. Основні причини банкрутства підприємств. *Економічний форум*. Наук. ж-л. 2015.– №2. – С.222-226.

ВИЗНАЧЕННЯ РУХУ ДОДАТКОВОГО ПРОДУКТУ В ПОРТФЕЛЬНОМУ АНАЛІЗІ ДИВЕРСИФІКОВАНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Кабанець І. А.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В роботі розглянуто питання необхідності включення розміру руху додаткового продукту до складу ключових факторів успіху при здійсненні портфельного аналізу диверсифікованої організації.

Серед невирішених питань, є проблема формування якісного складу ключових факторів успіху організації, перелік яких може варіюватися в залежності від її особливостей, масштабів й специфіки її діяльності. Інструменти портфельний аналізу, а саме, різноманітні матриці, такі як: Модель „продукт - ринок” І.Ансоффа, Д. Абеля, МакКінзі, Shell / DPM, Arthur D. Little засновані на визначенні особливостей ринку (темів росту, довгострокової привабливості, життєвого циклу) й позиції досліджуваної організації на цьому ринку. В роботі пропонується при розрахунку інтегрального загального показника конкурентоспроможності організації включати й визначення розміру руху додаткового продукту, тому що при оцінці інноваційної діяльності суб'єкта накопичення потенційних коштів по завершенню виробничого процесу приймає форму доходу.

Сучасні організації підвищують заробітну плату тільки тим співробітникам, які, на основі оцінки за ключовими показниками ефективності фахівця, досягли значних результатів, то б то приймали активну участь в формуванні та руху додаткового продукту. Найефективніші кадри можуть розраховувати на збільшення винагороди, що у рази перевищує середню в організації й галузі. До числа таких фахівців з високою доданою вартістю належать, насамперед, ті, хто, по-перше, приносять відчутний бізнес-результат на своєму місці - наприклад, перевиконують встановлені плани або впроваджують стратегічно важливі проекти, а, по-друге, є дефіцитними фахівцями [1,2,3].

Аналіз руху додаткового продукту дасть можливість оцінювати рівень інноваційної активності персоналу в спільному виробничому процесі, аналізувати його відповідність руху оплати праці; визначитися в інформаційній базі інноваційного менеджменту при формуванні загальної стратегії.

Перспективи подальших розробок по даній тематиці спрямовані на розробку практичного аспекту оцінки руху додаткового продукту в портфельному аналізі організації.

Література

1. Гонтарева І.В. Поняття вартості при оцінці ефективності діяльності підприємства / І. А. Гонтарева // Управління розвитком. – 2015. – № 2 (180). – С. 60 – 65.
2. Гавкалова Н. Л. Управління ефективністю менеджменту персоналу / Н.Л. Гавкалова, Т.А, Власенко // Монографія. – Х, : Вид. ХНЕУ, 2017. – 296с.
3. Позднякова С. Формування механізму управління людським капіталом / С. Позднякова, О. Следь // Економічний аналіз. 2016. — № 7. — С. 323-326.

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Калініченко Л.Л. Сергієнко Ю.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків*

Сучасний розвиток світової економіки відзначається низкою тенденцій, які впливають на розвиток міжнародних економічних відносин. Одним із ключових процесів розвитку світової економіки є міжнародна економічна інтеграція, яку можна розглядати як процес, що базується на пошуку шляхів взаємовигідної співпраці за досягнення максимально можливого синергічного ефекту, оскільки саме на цих засадах, має відбуватися входження України у світовий економічний простір, визначатися стратегічні орієнтири розвитку національного господарства та його окремих галузей та сучасних технологій.

На сьогодні важко визначити, в якому технологічному вимірі живе Україна, в нашій державі присутні всі технологічні епохи – від найпримітивнішої до найвисокотехнологічної. Негативним є те, що значною є частка технологій минулих століть, а галузі нових технологічних укладів, які сьогодні являються фундаментом економіки, на жаль, знаходяться лише в процесі зародження. В Україні переважає доля III (58%) та VI техноукладів (38%) з дуже низьким відсотком технологій V укладу (близько 4%), а технології VI укладу майже відсутні (<1%). Таким чином, в економіці України спостерігається її невідповідність сучасним викликам світового економічного розвитку, що свідчить про відставання від розвинутих країн на цілу епоху. В Україні необхідно, базуючись на світових тенденціях довгострокового економічного розвитку, глобальних векторів техніко-економічного оновлення та базових національних конкурентних переваг, обрати і реалізувати пріоритети техніко-економічного розвитку. Найбільш прийнятним для України на сьогоднішній день можна вважати шлях поступового зростання, а саме розвиток п'ятого технологічного укладу [1]. Без переходу до п'ятого технологічного укладу Україна не зможе стати високорозвинутою країною.

Національна економіка нашої держави повинна розвиватися у напрямі підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на основі переходу на інноваційний шлях розвитку, формування ефективної національної інноваційної системи, підвищення результативності державної інноваційної політики.

Література :

1 Гавриленко А. С. Формування нового технологічного укладу як напрям прискорення інноваційного розвитку України. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2019. №7-8. С. 33–40.

КОМПЛАЄНС-КУЛЬТУРА В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Калініченко Л.Л., Федоров Я.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків*

Будь яка підприємницька діяльність, що цінує свою репутацію надійної та прозорої організації, повинна вести законний і цивілізований бізнес, створювати організаційну культуру нетерпимості до корупції, професійної етики, прагнути дотримуватися духу і букви закону, створювати продукцію та послуги з найвищими стандартами якості. Важливим показником правової зрілості та фактором зміцнення довіри до бізнесу є наявність в організації комплаєнс культури, тобто, здатність співробітників всіх рівнів бездоганно й усвідомлено діяти відповідно законодавства та внутрішніх норм і цінностей встановлених компанією з метою захисту економічної безпеки і підтримання ділової репутації компанії.

Комплаєнс культура є складовою організаційної культури компанії і складається з:

- системи цінностей компанії;
- норм поведінки співробітників компанії.

Система цінностей компанії - сукупність ділових і моральних принципів, які базуються на традиціях, досвіді, філософії компанії і поділяються всіма її співробітниками. Система цінностей компанії може реалізуватися через підвищення ефективності, зростання і розвитку бізнесу, що в свою чергу призведе до успіху співробітників компанії, підвищенню їхніх доходів, кар'єрного ліфту, задоволеністю своєю працею і атмосферою в колективі.

Норми поведінки співробітників компанії це правила поведінки, що розділяються і підтримуються всіма співробітниками організації. Співробітники всіх рівнів повинні дотримуватися високих стандартів сумлінності та ділової етики і проявляти в своїх діях чесність і порядність. Їхня особиста і професійна поведінка, при будь-яких обставинах, має вселяти повагу і довіру як безпосередньо до співробітника так і до компанії. Недотриманням норм поведінки може привести до втрати партнерських відносин, зриву угод, зростання числа конфліктів і ін.

Впровадження і розвиток комплаєнс-культури в підприємницькій діяльності сприяє згуртуванню персоналу, підвищенню ефективності його діяльності, поліпшенню якості продукції, що, в свою чергу, дозволить ефективно запобігати регуляторним ризикам, тим самим знижувати втрати від застосування санкцій регуляторних органів, і як наслідок, зміцнити конкурентні позиції компанії.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА

Катанаха А.М.

Хмельницький національний університет, м. Хмельницький

Характерною рисою сучасного ринкового середовища є висока мінливість структури і складу учасників економічної взаємодії, що зумовлює зростання впливу факторів невизначеності у процесах прийняття й реалізації управлінських рішень. Через це значно ускладнюється пошук способів підтримання конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, особливо у середовищі малого й середнього бізнесу. Ефективне протистояння малих підприємств конкурентам можливе лише за наявності унікальної конкурентної переваги, оскільки більшість переваг (як за ціною, так і за функціональними характеристиками) формується у сфері масового виробництва і доволі швидко нівелюється зусиллями конкурентів простим копіюванням способів їх отримання. Тому питання ефективного управління конкурентоспроможністю є надзвичайно актуальними для суб'єктів МСБ і їх вирішення в умовах глобальних ринків потребує нових науково-методичних підходів.

Видається очевидним, що такі підходи мають формуватися, виходячи із сутнісного наповнення терміну «конкурентоспроможність» стосовно підприємства. На основі критичного аналізу трактувань даної дефініції у науковій літературі з'ясовано, що більшість авторів, незважаючи на деякі вербальні відмінності у своїх визначеннях, основним у трактуванні вважають здатність підприємства до створення кращої, ніж у конкурентів споживчої цінності на обраних сегментах ринку. Таке трактування лежить в основі відомої концепції ціннісно-орієнтованого управління, представники якої наголошують на необхідності досліджувати структуру споживчої цінності виробника певного продукту (послуги) для того, щоб визначити, яка її частина може бути використана для формування конкурентної переваги. На думку автора, такий підхід може бути найбільш прийнятним для малих підприємств, оскільки в ньому реалізується ідея функціонально-вартісного аналізу споживчої цінності. Однак функціональні переваги багатьох видів промислової продукції в основному досягаються використанням новітніх виробничих технологій, які в умовах глобалізації першочергово упроваджують великі компанії (ТНК).

Зважаючи на специфіку МСБ, можна стверджувати, що суттєвих технологічних переваг (зазвичай нова технологія потребує значних інвестицій) такі підприємства можуть набути лише за державної підтримки. За відсутності такої підтримки основні акценти в управлінні конкурентоспроможністю мають стосуватися аналізу тієї частини структури споживчої цінності, яка лежить у когнітивній площині (вплив через сприйняття). Це може бути кваліфіковано втілено у життя лише за попередньої підготовчої роботи у співпраці із потенційним споживачем, інструментарій якої доцільно формувати на основі маркетингу взаємодії. Розроблення такого інструментарію з урахуванням галузевої специфіки малого підприємства і можливостей сучасних цифрових технологій роботи з інформацією і визначено предметом наступних досліджень.

ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Кізілов А.С., Романчик Т.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Ринкові умови господарювання вимагають від підприємств постійного контролю результатів їх господарської діяльності. Важливим чинником забезпечення ефективності діяльності підприємства є управління його витратами. Метою кожного підприємства є досягнення економічного ефекту. Для кожного ринкового суб'єкту економічний ефект виражається у досягненні успіхів основного виду діяльності, наприклад, підвищення прибутковості, зменшення собівартості, поліпшення якості тощо. Усі підприємства намагаються максимізувати свій прибуток, для цього потрібно проаналізувати собівартість, витрати на збут, наявність резервів зниження собівартості та, на підґрунті отриманої інформації, впровадити заходи щодо зниження витрат. Підприємство здатне досягти мети щодо оптимізації своєї діяльності тільки на основі комплексного аналізу витрат на виробництво та збут, а також точного визначення резервів їх зниження. Отже, чим нижчі витрати підприємства, тим вищий прибуток.

Витрати є економічним показником, що характеризує об'єм ресурсів у грошовому вираженні, використаних на виробництво та збут продукції або послуг за певний проміжок часу, що відображає їх у складі собівартості продукції, робіт, послуг.

Управління витратами являє собою процес цілеспрямованого формування витрат щодо їх видів, місць та носіїв за умов постійного контролю їх рівня і стимулювання їх зниження. Управління витратами є важливою функцією регулювання діяльності будь-якого підприємства.

Система управління витратами має функціональний та організаційний аспекти. Вона включає такі організаційні підсистеми: пошук і виявлення чинників економії ресурсів; нормування витрат ресурсів; планування витрат за їхніми видами; облік та аналіз витрат; стимулювання економії ресурсів і зниження витрат.

Управління витратами на підприємстві передбачає їхню диференціацію за місцями їхнього формування та центрами відповідальності за їх рівень.

Організація повсякденної діяльності підприємства, прийняття фінансових рішень мусять ґрунтуватися на чіткому розумінні джерел та умов формування витрат, визначенні їх впливу на результати господарської діяльності підприємства та його фінансові показники. Система управління витратами передбачає комплекс дій з метою їх оптимізації, тобто зменшення до рівня, коли їх буде достатньо для забезпечення діяльності підприємства без впливу на якість товарів та послуг. У цьому аспекті перед системою управління витратами стають завдання у напрямку зменшення їх абсолютної величини в цілому та за окремими напрямками діяльності підприємства, а також забезпечення оптимальності їх розподілу у просторі та часі.

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Кіяниця А.В., Благой В.В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків*

Власники бізнесу всюди визнають, що якщо вони хочуть заробляти гроші, їм доводиться продавати свої товари або послуги. Маркетинг пов'язаний з обміном товарами і послугами. Через своє середовище товари і послуги доставляються до місця споживання. Це задовольняє потреби клієнтів. Відносно обміну товарами і послугами робляться такі дії:

Пошук кращих каналів поширення. Розподіл - це рішення про те, як ви будете отримувати товари чи послуги, які хочете продати, людям, які хочуть їх купити. Ідея створення продукту - це прекрасно, але якщо ви не можете донести цей продукт до клієнтів, ви не будете заробляти гроші. Поширення може бути таким же простим, як створення магазину в тій частині міста, де знаходяться ваші цільові клієнти, - але у все більш взаємозалежному світі поширення частіше, ніж зараз, означає, що вам потрібно буде доставляти свої продукти або послуги клієнтам.

Фінансування підприємства. Потрібні гроші, щоб робити гроші. Як власник бізнесу, важливою функцією маркетингу продукту є пошук грошей за допомогою інвестицій, позик або вашого особистого капіталу для фінансування створення і реклами ваших товарів або послуг.

Збір і аналіз ринкової інформації є важливою функцією маркетингу. «Яка система дистрибуції їм подобається?». Вся відповідна інформація про споживача збирається і аналізується. На основі цього аналізу робляться зусилля, щоб з'ясувати, який продукт має кращі можливості на ринку.

Маркетингове планування: Щоб досягти цілей організації щодо її маркетингу, маркетинголог викладає свій маркетинговий план. Наприклад, компанія має 25% ринку певного продукту.

Проектування і розробка продукту: Проектування продукту грає важливу роль в продажі продукту. Компанія, чий продукт краще і з привабливим дизайном, продає більше, ніж продукт компанії, дизайн якої виявляється слабким і непривабливим.

Брендинг: Кожен виробник / продавець хоче, щоб його продукт мав особливу ідентичність на ринку. Щоб реалізувати своє бажання, він повинен дати назву своєму продукту, яке повинне відрізнятися від інших конкурентів. Присвоєння окремого імені свого продукту називається брендингом. Таким чином, мета брендингу полягає в тому, щоб показати, що продукція даної компанії відрізняється від продукції конкурентів, так що вона має свою індивідуальність.

Ціни на продукцію: Це найважливіша функція менеджера з маркетингу, щоб встановити ціну продукту. На ціну продукту впливають його вартість, норма прибутку, ціна конкуруючого продукту, політика уряду і т. Д Ціна продукту повинна бути встановлена таким чином, щоб вона не виглядала занадто високою, і при цьому У той же час він повинен заробити достатньо прибутку для організації.

СУЧАСНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО

Кіяниця А.В., Благой В.В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків*

У той час як визначення підприємництва залишалося незмінним протягом десятиліть, можливості для наслідують підприємців розвивалися. Подумайте про це: 100 років тому, які варіанти був у підприємця? Якщо у вас не було вміння щось зробити, і у вас не було капіталу, щоб щось купити, вам не пощастило.

Підприємництво - це процес створення бізнесу або підприємств при його створенні і масштабування для отримання прибутку. Однак, як базове визначення підприємництва, воно трохи обмежує. Більш сучасне визначення підприємництва також стосується трансформації світу шляхом вирішення великих проблем. Наприклад, ініціювання соціальних змін, створення інноваційного продукту або представлення нового, змінює життя рішення.

Підприємницьке визначення означає те, що підприємництво – є тим, що люди роблять, щоб взяти свою кар'єру і мрії в свої руки і спрямувати їх в напрямку власного вибору. Йдеться про побудову життя на ваших власних умовах. Немає босів. Немає обмежують графіків. І ніхто не стримує тебе. Підприємці можуть зробити перший крок до того, щоб зробити світ кращим для всіх в ньому.

Підприємець - це людина, яка створює бізнес з метою отримання прибутку. Це визначення підприємця може бути трохи розпливчатим, але з поважних причин. Підприємець може бути людиною, яка створює свій перший інтернет-магазин на стороні, або тільки початківцям фрілансером.

Причина, по якій вони вважаються підприємцями, хоча деякі з цим не згодні, полягає в тому, що ви завжди рухаєтесь вперед, і не залишаєтесь на тому ж місці. Підприємець - це той, хто починає метушню, яка може в кінцевому підсумку створити повноцінний, стійкий бізнес з співробітниками. Те ж саме з фрілансером.

Однак значення підприємця має на увазі набагато більше, ніж просто створення бізнесу або роботи. Підприємці є одними з найпотужніших в світі трансформаторів.

І визначення підприємця рідко коли-небудь говорить про величезний вплив підприємців на світ. Підприємці бачать можливості і рішення, коли звичайна людина бачить тільки роздратування і проблеми. Розуміння того, що є підприємцем, може допомогти більшій кількості людей усвідомити цінність, яку вони вносять в світ.

Сенс підприємництва має на увазі підприємця, який вживає заходів, щоб змінити світ. Незалежно від того, чи вирішують підприємці проблему, з якою багато борються кожен день, об'єднують людей так, як ніхто не робив раніше, або створюють щось революційне, що сприяє розвитку суспільства, у них у всіх є одна спільна риса: дія.

Це не якась ідея, яка застрягла у вашій голові. Підприємці беруть ідею і виконують її. Підприємництво - це втілення ідей.

РОЗВИТОК ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ ЯК СКЛАДОВОЇ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

Книш А.Є, Проскурня О.М.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Основними видами енергоресурсів в Україні є кам'яне вугілля, нафта, газ, атомна і водна енергія. Протягом останніх років Україна зазнає важкої енергетичної кризи, викликаній прискоренням розвитку енергомістких галузей господарського комплексу, безплатним і марнотратним використанням енергоносіїв, відсталими технологіями, виснаженням розвідних покладів вугілля, нафти і газу, через що їх видобуток постійно зменшується [1]. Енергоємність ВВП в Україні залишається надзвичайно високою порівняно з розвиненими країнами. Вітчизняні товари, у собівартості яких є значна частка витрат на енергетичні ресурси або послуги, не можуть конкурувати з аналогічними товарами на інших ринках. Врахуємо також шалену різницю в енергоємності економіки України порівняно не тільки з економічно розвиненими країнами світу, але й з нашими сусідами: Польщею, Чехією, Угорщиною та Словаччиною. Наш показник у 2,6 рази більший. В секторі виробітки електроенергії Україна має значний потенціал використання ресурсів малих річок (головним чином у західних регіонах), що складає майже 28% загального гідропотенціалу всіх рік України. При використанні гідропотенціалу малих річок України можна досягти значної економії паливно-енергетичних ресурсів, причому розвиток малої гідроенергетики сприятиме децентралізації загальної енергетичної системи, чим вирішить ряд проблем в енергопостачанні віддалених і важкодоступних районів сільської місцевості. Переваги малої гідроенергетики: виробництво електроенергії без використання викопного органічного та ядерного палива; значний термін служби та висока надійність експлуатації; передбачуваність та забезпеченість режимів роботи; висока маневреність і коефіцієнт готовності; можливість повної автоматизації процесу експлуатації; мінімальний вплив на навколишнє середовище при правильному виборі місця розташування та дотримання екологічного законодавства.

Враховуючи все вище сказане можна зробити висновки. На нашу думку, Україна має досить потужний енергетичний потенціал. У нас конкурентоздатні ринки газу, нафти та вугілля, проте ми маємо застарілі технології, енергетичні програми та законопроекти, які не дозволяють повною мірою використовувати власні запаси енергоресурсів.

Література:

1. Грезенталь А.М., Проскурня О.М., Соціально-економічні та екологічні проблеми видобування електроенергії на ТЕС. // Труди міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність», 20 грудня 2014 року, м. Харків, – С 52-53
2. Розпорядження Кабінету Міністрів України Про схвалення Енергетичної стратегії України на період до 2035 року “Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність” від 18 серпня 2017 р. № 605-р. - [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/605-2017-%D1%80>.

ЭЛЕМЕНТЫ КОМПЛАЕНС НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Кобелева Т.А., Перерва П.Г., Приходько Е.Г.

Национальный технический университет

«Харьковский политехнический институт», г. Харьков

Сегодня комплаенс во всем мире, и в Украине в частности, приобретает с каждым днем все большую актуальность. В разработке и внедрении комплаенс-программ заинтересованы как собственники предприятий, так и топ-менеджеры, ведь обычно нарушение обязательных требований приводит как к финансовым потерям организации, а иногда и до ликвидации организации, к уголовной ответственности руководителей. Комплаенс-нарушения на украинских предприятиях продолжают оставаться актуальной темой, так как их наличие является причиной существенных материальных и финансовых потерь для отечественного бизнеса. Решительная борьба украинской власти со семи видами коррупционных проявлений не возможна без использования комплаенс.

Комплаенс-программа (Compliance System) промышленного предприятия - это универсальная, признана международным сообществом система противодействия комплаенс-угрозам и управления комплаенс-рисками, которая обеспечивает соответствие деятельности предприятия требованиям государственных органов, саморегулируемых общественных и других организаций, соответствие нормам права, правилам, рекомендациям, положением и стандартам, регламентирующих деятельность промышленного предприятия. Сегодня для большинства украинских предприятий внедрения и использования антикоррупционной комплаенс-программы не является приоритетом, так как в них отсутствует даже общее понимание концепции комплаенса. Наш опрос предприятий по этому поводу показал, что большинство топ-менеджмента отечественных промышленных предприятий впервые услышал термин «комплаенс». Вместе с тем, учитывая мировые и национальные тенденции усиления борьбы с коррупцией, с большой долей вероятности можно прогнозировать, что обязанность внедрять антикоррупционные комплаенс-программы на всех предприятиях в Украине скоро будет закреплена на законодательном уровне. Поэтому успех ведения бизнеса уже сегодня напрямую зависит от того, насколько высшее руководство предприятий понимает необходимость внедрения стандартов, реализуемых в обязательных компонентах комплаенс-программы.

Литература:

1. Pererva P.G., Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
2. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: [tutorial] // ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. – 689p.
3. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592 с.
4. Перерва П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 3. Управление ассортиментом продукции.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
5. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., ПЕРЕРВА П.Г., КОБЕЛЕВА Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління // Вісник НТУ «ХПІ». – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152.
6. Ткачова Н.П., Перерва П. Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // Економіка розвитку. – 2011. – № 4 (60). – С. 116-120.

ПЕРЕВАГИ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА-ЗАМОВНИКА ВІД ВЗАЄМОДІЇ З ПОСЕРЕДНИКАМИ У СФЕРІ НАДАННЯ ПОСЛУГ

Коваленко О.М., Коваленко А.Б.

Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

Новий етап економічного розвитку України, науково-технічного прогресу, інтернаціоналізації світових господарських зв'язків потребують змін у механізмі діяльності вітчизняних підприємств, а особливо – підприємств сфери послуг як рушійної сили нової економічної системи України [1]. Україна має сприятливі умови для розвитку посередницької діяльності. Хоча дане направлення є новим, але воно є достатньо актуальним.

Посередники створюють умови, які спрощують та прискорюють ефективну комунікацію та взаємодію між клієнтом (споживачем послуги) і замовником (виробником) послуги. У сучасній практиці найбільш затребуваними послугами посередницької діяльності є: інформаційні, комісійні; комерційні, консалтингові; лізингові та маркетингові.

У процесі здійснення посередницької діяльності між усіма учасниками (виробниками послуги, посередниками та споживачами) на товарному ринку можуть спостерігатися різні форми взаємодії, такі як: співробітництво (обмін інформацією, укладання угод, партнерство, стратегічні союзи); конфлікти та конкуренція [2].

Посередницька діяльність виражається в установленні єдиного простору для виробників та споживачів послуг з максимально можливою вигодою для виробників, а також для посередників.

Підприємство-замовник отримує наступні переваги від взаємодії з посередником:

– забезпечується підвищення ефективності збуту послуг. Посередники, як правило, краще знають ринок та швидше реагують на зміну його кон'юнктури, це дозволяє реалізувати послугу на вигідніших умовах для виробника;

– посередник краще взаємодіє з клієнтом, знаходить індивідуальний підхід та налагоджує більш тісні зв'язки. Це дозволяє постійно отримувати первинну інформацію про стан ринку. Вдале використання отриманої інформації дозволяє замовникам (виробникам) отримувати важливі дані та формувати конкурентні переваги, вдосконалювати стратегію збуту послуг.

В підсумку відзначимо, що діяльність посередників направлена на підвищення продуктивності праці виробників послуг, насичення товарних ринків відповідно до вимог споживачів. Посередницька діяльність є вигідною як для замовника (виробника), так і для посередника, оскільки дозволяє надавати послуги більш ефективно та економічно вигідно. І в результаті, ціна на послугу може значно зменшитися, що також є в інтересах споживача.

Література:

1. О.В Станіславик, О.М Коваленко, К.І Рябова – Економіка. Фінанси. Право, 2017. №1. С. 45–48.
2. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу : навч. посіб. / О. А. Біловодська. – Київ : Знання, 2011. – 495 с.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ковтун Д.С., Ларка Л.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Дослідження проблематики забезпечення ефективності господарської діяльності підприємств на сьогодні залишається досить актуальним, оскільки визначення того, реалізація якого саме набору господарських рішень дозволить досягти цільові показники прибутковості – завдання першочергової важливості для підприємств в умовах ринку. Бізнес-планування виступає універсальним інструментом визначення цільового рівня ефективності роботи підприємства [1]. До ключових показників економічної ефективності діяльності підприємства належить система коефіцієнтів рентабельності. Показники рентабельності є відносними характеристиками фінансових результатів і ефективності діяльності підприємства та вимірюють прибутковість підприємства з різних позицій [2]. Оскільки абсолютна величина прибутку не характеризує рівня ефективності господарської діяльності – його необхідно порівняти з понесеними витратами або активами, які забезпечують підприємницьку діяльність. До основних факторів, що негативно впливають на рівень ефективності діяльності підприємства належать: зменшення величини доходу підприємства; зниження продуктивності роботи працівників підприємства; нераціональне використання ресурсного та фінансового потенціалу; низька якість менеджменту на підприємстві; використання застарілої техніки у виробничому процесі [3, 4]. Основними факторами зростання економічної ефективності підприємства виступають: впровадження інноваційних технологій у виробничий процес; підвищення вмотивованості дій персоналу; неухильне застосування управлінського обліку витрат [5].

Література:

1. Ларка Л. С. Бізнес-планування в системі економічного управління підприємством / Л. С. Ларка, К. П. Нелюб // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 27 (1199). – С. 3–7.
2. Крамської Д. Ю. Фактори та шляхи підвищення ефективності діяльності підприємства / Д. Ю. Крамської, Т. С. Калашник // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність : тр. 6-ї Міжнар. наук.-практ. Internet-конф. студ. та молодих вчених, 20 грудня 2015 р. / ред. П. Г. Перерва, Є. М. Строков, О. М. Гуцан. – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – С. 91-92.
3. Майстро Р.Г. Науково-теоретичні основи ефективності / Р.Г. Майстро, Ю.С. Щербак // Вісник НТУ «ХПІ». – 2014. – № 32 (1075). – С. 97–102.
4. Погорелов С.М. Дослідження шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства / С.М. Погорелов, О.В. Леденко, О.А. Матяж // Вісник НТУ «ХПІ». – 2015. – № 26 (1135). – С. 76–82.
5. Шляга О.В. Прибуток та рентабельність як показники ефективності виробництва / О.В. Шляга, Л.І. Шипуля / Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2014. – Випуск 8. – С. 75–81.

ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ РОЗРАХУНКІВ ЗА ВИПЛАТАМИ ПРАЦІВНИКАМ: МЕТА ТА ЗАВДАННЯ

Ковях К.В., Побережна Н.М.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Дослідження сучасних науковців [1-3] свідчать про те, що від правильності відображення в обліку операцій за виплатами працівникам залежать: фінансовий результат діяльності підприємства; достовірність інформації, яка надається зовнішнім користувачам; добробут та матеріальна зацікавленість працівників підприємства.

Тому доцільним на наш погляд є пропозиції науковці [1] щодо впровадження у систему управлінського обліку на підприємстві підсистеми внутрішнього контролю виплат працівникам, основними етапами якого є: - визначення та призначення суб'єкта контролю виплат працівникам та витрат на оплату праці (бухгалтера-контролера); - визначення та ознайомлення суб'єкта контролю з його правами та обов'язками (посадовою інструкцією); - формування завдань внутрішнього контролю виплат працівникам; - вибір об'єктів внутрішнього контролю витрат на персонал та джерел інформації, вибір прийомів та методів контролю витрат на персонал та затрат на оплату праці; - розробка форм робочої документації, яка буде використовуватись при проведенні внутрішнього контролю [1, с. 148].

Метою проведення внутрішнього контролю розрахунків за виплатами працівникам є визначення правильності нарахування, відображення в обліку й сплати заробітної плати; достовірності відображення операцій щодо нарахування внесків та утримання податків і зборів, пов'язаних із заробітною платою; здійснення контролю щодо якості формування інформації в обліку для розрахунків з працівниками [2, с. 97-99].

Завданнями проведення внутрішнього контролю розрахунків за виплатами працівникам можуть стати: перевірка порядку нарахування заробітної плати та інших виплат працівникам у розрізі аналітичного обліку окремих структурних підрозділів та окремих посад підприємства; перевірка правильності розрахунку та відображення в обліку єдиного соціального внеску, податку на доходи фізичних осіб та воєнного збору в розрізі зведеної та аналітичної інформації та інше.

Література:

1. Саух І.В. Методика перевірки операцій з оплати праці та пов'язаних з нею розрахунків / І. В. Саух // Вісник ЖДТУ. – 2012. – Вип. 2 (20). – С. 428–433.
2. Меліхова Т.О. Удосконалення внутрішнього контролю розрахунків за виплатами працівникам для підвищення якості формування інформації в обліку / Т.О. Меліхова, Н.С. Чакалова, Є.Є. Іващенко // Економіка та держава. – 2019. – №3. – С. 95-101.
3. Пантелєєв М.С. Формування ефективної системи мотивації праці персоналу / М.С. Пантелєєв, Р.О. Побережний, В.В. Кір'янчук // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум-2018" : тр. 14-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 5-7 грудня 2018 р. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – С. 116-118.

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Козюра І.В., Пушенко Є.М.

***ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»,
м. Полтава-Херсон***

Під час розробки раціональної системи управління підприємством варто врахувати всі чинники і аспекти подальшого розвитку для повного і обґрунтованого визначення величини його прибутку, забезпечення певного рівня прибутку і формування ефективної політики управління прибутком. Одночасно при плануванні прибутку є ряд особливостей, специфічних аспектів, які необхідно врахувати для фінансового забезпечення постійного розвитку підприємства. В умовах нестабільної економіки важливим для будь-якого підприємства є формування ефективної системи стратегічного планування та управління прибутком.

Результатом ефективної діяльності будь-якого підприємства, в тому числі і торгового є забезпечення прибутковості. Фінансовий результат як об'єкт дослідження є однією з найбільш популярних економічних категорій, як з наукової, так і з практичної точки зору.

Нині прибуток набув нових, істотних рис: у механізмі господарювання – це інструмент найбільш значного впливу на економічні інтереси господарюючих суб'єктів у процесі прийняття оптимальних управлінських рішень. Все це обумовлює активізацію діяльності господарюючих суб'єктів на одержання максимального прибутку, пошук гнучких практично-наукових рішень, які впливають на умови і фактори, що управляють процесом формування і використання прибутку.

У процесі управління прибутком важливе місце посідає його оптимальний розподіл і використання. Контроль за розподілом прибутку та формування його інформаційного забезпечення пропонується розмежувати за двома етапами.

Перший етап – контролювання розподілу загального прибутку.

Другий етап – контролювання розподілу чистого прибутку, що залишився в розпорядженні підприємства після сплати платежів (податків) до бюджету на капіталізовану та спожиту частини.

Крім того, для постійного контролю діяльність підприємства слід покращити рівень організації аналітичної роботи.

Література:

1. Білик Т. О. Економічна сутність прибутку в умовах трансформації економіки. Формування ринкових відносин в Україні. 2007. № 11. С. 15-18.
2. Лахтінова Л. А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання: монографія. Київ: КНЕУ, 2001. 387 с.
3. Маркіна І. А., Вороніна В. Л. Управління прибутком торговельних підприємств: [монографія]. Полтава: ПП «Астроя». 2018. 167 с.

СТРУКТУРА МОТИВАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ

Коленда Н.В.

*Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки,
м. Луцьк*

Щодо структури мотиваційної безпеки, то в наявних наукових дослідженнях розглядається це явище у вузькому розумінні, тобто тільки стосовно персоналу. У межах цього підходу в одному із попередніх авторських досліджень [1, с. 16] структурними елементами мотиваційної безпеки визначено фінансову, пенсійно-страхову та безпеку звільнення.

Узагальнення існуючих напрацювань у сфері дослідження структури мотиваційної безпеки дозволяє прийти до висновку, що це поняття розглядається виключно стосовно персоналу та не сформовано єдиного бачення його компонентного наповнення. З урахуванням цього та авторського трактування мотиваційної безпеки [1, с. 267] вважаємо, що вона повинна включати матеріальну, кар'єрну, трудову, соціально-психологічну, пенсійно-страхову, зовнішньоорієнтовану безпеку.

Матеріальна безпека – це стан, за якого мотивування приносить очікуваний результат для усіх зацікавлених суб'єктів (працівники вважають справедливим рівень оплати праці, розподілу інших грошових та негрошових винагород; споживачі, контрагенти та конкуренти виявляють прихильність до підприємства). Мотиваційна безпека досягається у результаті зваженої компенсаційної політики підприємства.

Кар'єрна безпека – стан, за якого гарантована рівність та справедливість кар'єрного просування працівників. Досягається у результаті забезпечення рівних умов для розвитку персоналу.

Трудова безпека – стан, за якого сам процес роботи приносить задоволення, незалежно від рівня матеріальної винагороди за працю. Формується у результаті забезпечення належних умов праці, можливості участі в управлінні та прийнятті рішень, наданні творчих, нестандартних завдань.

Соціально-психологічна безпека – стан захищеності від виникнення стресів, конфліктів, коли існує сприятливий соціально-психологічний клімат у трудовому колективі та безконфліктна взаємодія. Досягається у результаті розвитку корпоративної культури, управління конфліктами в організації.

Пенсійно- страхова безпека – стан захищеності від ризиків та загроз, які можуть виникнути у результаті зміни соціального чи фізичного стану працівника. Забезпечується шляхом дотримання та надання певних соціальних стандартів, гарантій та забезпечень (у випадку втрати працездатності, виходу на пенсію, звільнення).

Зовнішньоорієнтована мотиваційна безпека – це стан захищеності щодо ризиків і загроз, які стосуються довіри споживачів, контрагентів та конкурентів. Цей вид безпеки досягається у результаті проведення добросовісної конкурентної боротьби, виконання договірних зобов'язань та зваженої маркетингової політики.

Література:

1. <https://doi.org/10.32843/infrastruct37-37>

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ В СИСТЕМІ ОБЛІКУ

Колесніченко А.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Розвиток соціально-економічних відносин у сфері залучення фінансово-господарських систем до зовнішньоекономічних операцій та пов'язаних процесів потребує ґрунтовної концептуальної основи формування ефективного обліково-аналітичного забезпечення ведення цього напрямку діяльності суб'єктами господарювання. На міжнародному рівні актуалізується проблема обліку операцій, що здійснюються у сфері зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) України.

Дослідженню питань обліку ЗЕД присвячено наукові роботи таких вчених: А. Гриліцької, Л. Кадуріної, Т. Ковальчук [1], А. Кредісова, М. Кужельного, Ю. Кузьминського, О. Мухіна, І. Павлюка, Н. Пшеничного, Ч. Хорнгерна, А. Чубаря та інших. Однак, на поточному етапі розвитку зовнішньоекономічних відносин не в повній мірі розкрито організаційні й методичні завдання побудови системи обліку ЗЕД на підприємстві.

Основними об'єктами бухгалтерського обліку ЗЕД є: валютні засоби і валютні операції, товари та їх рух на основі експортно-імпортних операцій, розрахункові і кредитні операції між суб'єктами ЗЕД, а також відносини між суб'єктами та банками, які їх обслуговують, фінансові результати господарської діяльності. До першочергових функцій бухгалтерської служби належить правильне запровадження обліку перерахованих об'єктів.

Організація і здійснення ЗЕД вимагає дотримання визначеної мети та виконання специфічних завдань системою бухгалтерського обліку.

Мета бухгалтерського обліку ЗЕД полягає в: контролі за зберіганням товарно-матеріальних цінностей і валютних засобів; наданні адміністрації, податковій і статистичній службі інформації про товарообіг, ефективність його використання, про доходи, витрати, фінансові результати, обов'язкові платежі й відрахування; забезпечення коректних розрахунків по зовнішньоторгових операціях.

Досягнення цієї мети можливо здійснити через реалізацію комплексу бухгалтерських завдань: методологічного характеру, щодо організації та технічного забезпечення [1].

Таким чином, облік ЗЕД належить до окремої важливої підсистеми обліку діяльності суб'єкта господарювання, яка має власну мету та завдання, що потребує подальшого удосконалення його функцій та формування шляхів розвитку.

Література:

1 Ковальчук Т.Г. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. Київ : Видавництво Ліра. К, 2018. 216 с.

ВПЛИВ МАЛОГО БІЗНЕСУ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇНИ

Колісник С.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

За умов функціонування ринкової економіки, важливе місце в грошових надходженнях до бюджету займає малий бізнес, він являє собою елемент розвитку економіки держави. В розвинених країнах світу, малий бізнес є інструментом участі у якому приймають мільйони мешканців країни це стосується як розподілу праці так і економічного розвитку держави.

Малий бізнес є невід'ємною складовою ринкового господарства, що надає йому гнучкості, мобілізує фінансові й виробничі ресурси, вирішує проблему зайнятості населення, а також формує економічно самостійний і стабільний середній клас. Тому багатостороння підтримка розвитку малого бізнесу у контексті побудови соціально орієнтованої економіки має стати головним вектором реформ в Україні, що слугуватиме фактором підвищення рівня життя населення та сприятиме процесам інтеграції національної економіки у світове глобальне господарство[1].

Загалом необхідно зазначити, що незважаючи на те, що Україна покращує свої позиції у міжнародних рейтингах, її становище все одно залишається дуже високим, це пов'язано з: відсутністю достатнього стартового капіталу, монополізації бізнесу, загальним станом економіки, корупцією у країні, недосконалістю податкової системи, нерозвиненістю державної системи підтримки малого бізнесу та інше.

Слід звернути увагу на те, що та ситуація, яка склалася в Україні стосовно розвитку малого і середнього бізнесу потребує негайного вирішення, оскільки статистичні дані та їх прогноз на найближчу перспективу вказують на її погіршення. У розвинених країнах малий і середній бізнес забезпечують половину внутрішнього валового продукту. В Італії середній та малий бізнес забезпечує близько 95% доходу держави. На жаль на території нашої держави в останні роки спостерігається збитковість більшості підприємств малого і середнього бізнесу[2].

Малий бізнес вносить вагомий вклад у формування конкурентної середовища, в свою чергу це стимулює підприємства виробляти більш якісну продукцію та постійно удосконалювати виробництво. Для підприємств це створить зміни кон'юнктури ринку та дозволить більш гнучко та швидко реагувати на нові виклики ринку.

Малий бізнес також стимулює розвиток інноваційних ідей, а також створюється додаткові робочі місця, що позитивним чином впливає на соціально-економічний розвиток країни.

Література:

1. Мелень О. В. Мале підприємництво в Україні: проблеми та можливість ефективного функціонування / О. В. Мелень, О. В. Абрамова // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. - 2016. - Вип. 16, Ч. 2. - С. 61-63.
2. Шевчук І.Б., Петришин О.Б. Аналіз діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу: проблеми та перспективи розвитку. // International Scientific Journal "Internauka"

АЛЬТЕРНАТИВНА ЕНЕРГІЯ ЯК СТРАТЕГІЧНА СКЛАДОВА ПІДПРИЄМСТВА

Колмакова О.М.

*Харківський національний університет
будівництва та архітектури, м. Харків*

Збалансована система показників (ЗСП) - механізм реалізації стратегії; інструмент, що націлює компанію на стратегію довгострокового успіху, який переводить бачення компанії та її стратегій у набір взаємозалежних збалансованих показників, що оцінюють критичні фактори не тільки поточного, але і майбутнього розвитку організації [1]. Алгоритм встановлення стратегічних цілей за ЗСП: Перший етап встановлення стратегічних цілей. Фінансова проекція цілей забезпечує зростання доходу та скорочення витрат, реалізацію інвестиційних стратегій. Другий етап встановлення стратегічних цілей. Клієнтська проекція цілей забезпечує коло клієнтів і сегменти споживчого ринку, розширення клієнтурної бази. Третій етап встановлення стратегічних цілей. Внутрішні бізнес-процеси визначають види діяльності. Четвертий етап встановлення стратегічних цілей. Проекція персонал забезпечує три попередні складові ЗСП (Рис. 1). Перша складова є основою та цілепологаючою при формуванні стратегії підприємства. А формування витрат є одним з основних аспектів.



Рисунок 1 – Алгоритм формування стратегії підприємства за ЗСП

В бідь-яких витратах завжди є енергетична складова. До певного часу підприємства не могли обирати джерела енергії. Але зараз з розвитком альтернативних джерел енергії підприємства можуть не тільки обирати варіанти енергозабезпечення але і суттєво зекономити на витратах. Це в свою чергу вплине на цінову політику підприємства та розширить клієнтську базу. Правильно сформовані бізнес-процеси та команда дозволять реалізувати стратегічні цілі фінансової проекції та реалізувати стратегію в цілому.

Література:

1. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. – М.: «Олимп-бизнес». – 2004. – 344 с.

КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА: ДОСВІД УКРАЇНИ

Колмакова О.М.

*Харківський національний університет
будівництва та архітектури, м. Харків*

Поняття «креативність» досить суб'єктивне.

Креативність – це здатність створювати і знаходити нові оригінальні ідеї, що відхиляються від прийнятих схем мислення. Це бачення проблем під іншим кутом і їх рішення унікальним способом. Креативне мислення це революційне і творче мислення, що носить конструктивний характер. Саме тому досить складно оцінити рівень креативності.

В результаті проведених наукових досліджень щодо показників оцінки креативності виділено, ті що зустрічаються найчастіше: Інтегральний індекс таланту – це середнє арифметичне індексів креативного прошарку, людського капіталу та наукового таланту. Інтегральний індекс технологій є середнім арифметичним індексів витрат на винаходи та інноваційну діяльність. Інтегральний індекс толерантності – це середнє арифметичне індексу цінностей та індексу самовираження. Інтегральний індекс соціального (людського) розвитку розраховується за формулою простої середньої арифметичної індексу тривалості життя, індексу рівня освіченості та індексу скоригованого реального ВВП на душу населення.



Рисунок 1 – Формування інтегрального коефіцієнта креативності регіону

В результаті всі інтегральні індекси зводяться в один, який характеризує рівень креативності регіону. Доцільно в подальшому проводити порівняльний аналіз рівня креативності та рівня соціально-економічного розвитку. Вимір аналізованих показників дозволить отримати важелі управління регіоном та моделювати його соціально-економічний розвиток.

РОЛЬ РОБОТОТЕХНІКИ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ В СУЧАСНІЙ ЛОГІСТИЦІ

Колотюк О.І.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Сучасні тенденції розвитку, систематизації та управління світової економіки прагнуть до загальної глобалізації. Багато в чому це обумовлюється виходом на пріоритетні позиції спроможності індивідів до генерування нових знань та інформації, обумовленої об'єктивним існуванням технологічного прогресу. Технічний прогрес вже увійшов у кожен будинок, та активно декларує свою спрямовану на успіх позицію, робототехнічна революція в Україні, як і ряді суміжних країн, неодмінно станеться.

У зв'язку з цим, особливий напрямок набувають процеси, пов'язані з модернізацією сучасного виробництва товарів, робіт і послуг, переосмисленні ролі людини в процесі виробничої діяльності і створених його інтелектом механізмів. Завдяки світової науки і технологій в промисловості процеси автоматизації досягають вражаючих масштабів. Мова йде про функціонування заводів, логістика яких повністю побудована і довірена штучного інтелекту, а роботизовані машини здійснюють автономну доставку окремих елементів виробничого процесу (інструмент, «напівфабрикат», ресурси, запасні деталі та ін.) без участі людини. Автоматизація процесів складування і зберігання запасів, напівфабрикатів і готової продукції не менш важлива, але, можливо, навіть більшою мірою, необхідна.

Ні у кого не виникає сумніву в тому, що в останні роки складські операції зазнали значні зміни - і з поступовою інтеграцією технологій це одна з тенденцій в області логістичних технологій, яка, ймовірно, збережеться. Одним з очевидних нововведень є складська робототехніка, швидко розвивається область. Згідно глобального звіту про роботу з клієнтами Global Customer Report 2019, тестування робототехніки на складі збільшилося на 18% порівняно з минулим роком. Мобільний складської робот Boston Dynamics під назвою Handle є одним з яскравих прикладів: компанія розробила повністю автономне компактний пристрій, який може отримувати доступ до будь-якої важкодоступні місця, і при цьому володіє розширеною зоною огляду. Завдяки цьому робот може швидко розвантажувати вантажівки, складати піддони і переміщати ящики по всьому складу. Також підвищити ефективність і швидкість складських процесів можуть як носяться технології, так і транспортні засоби без водія або багатофункціональні роботи. Приміром, компанії GreyOrange і Locus Robotics вже застосовують роботів, які самостійно переміщуються по складу. Завдяки технологіям машинного навчання і датчикам, що забезпечує граничну точність і простоту відстеження, на сучасних складах в 2020 році з'явиться велика кількість автономних роботів.

Людський інтелект і потенціал України здатний розробити і впровадити перевершують роботизовані технології логістики. Необхідна Державна програма і підтримка наукових та дослідницьких робіт в даному напрямку.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТОРГОВЛІ

Колочко К.В., Сергієнко О.А.,

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Інноваційна діяльність має особливе значення в сучасній ринковій економіці. Інновації зумовлюють комерційні успіхи в майбутньому. Фактично інновації є, з одного боку, показниками конкурентоспроможності підприємства, з іншого — забезпечують цю конкурентоспроможність.

Впровадження інновацій в торгівлі дозволяє торговим підприємствам:

- забезпечувати ефективність і якість процесу доведення товару до споживача;
- мінімізувати витрати і скорочувати рівень втрат при використанні торгових площ, складів, торгового обладнання;
- впроваджувати різні інформаційні технології в цілях скорочення документообігу і зведення до мінімуму помилок в результаті впливу людського фактора;
- створювати необхідні умови праці для персоналу в цілях підвищення його продуктивності;
- удосконалювати системи безпеки та енергозбереження.

Загальним принципом оцінки ефективності будь-якої діяльності є зіставлення отриманих результатів і витрат за певний досліджуваний період часу. Таким чином, можна розрахувати інтегральний показник, який являє собою величину різниці витрат за розрахунковий період, приведених до одного, зазвичай початкового року, тобто з урахуванням дисконтування результатів і витрат:

$$E_i = \sum_{t=0}^{T_p} (P_t - Z_t) a_t$$

де T_p – період дослідження ; P_t – результат у t -й рік; Z_t – інноваційні витрати в t -й рік; a_t - коефіцієнт дисконтування (дисконтний множник).

Тобто E_i - це інтегральний показник чистого доходу. При оцінці загальної ефективності інноваційних проектів, крім зіставлення показників результат/витрати, необхідно також проводити зіставлення отриманих результатів з результатами від впровадження інших аналогічних за призначенням варіантів інновацій. Отримані інтегральні показники є підґрунтям для прийняття рішень з удосконалення інноваційної діяльності.

Література:

1. Ващенко Н. Сутність інновацій торговельного підприємства / Н. Ващенко // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2014. – №1 (28). – С. 369-381.
- 2 Торгівля, комерція, підприємництво : збірник наукових праць / [редакц. кол.: Алопій В. В., Дайновський Ю. А., Скибінський С. В. та ін.]. – Львів: Львівська комерційна академія, 2011. – Вип. 12. – 144 с.
- 3 Innovation in retail [Електронний ресурс] / Gareth Jude // Бізнес інсайдер. – Режим доступу : <http://www.businessinsider.com>.

ВІДПРАЦЮВАННЯ ЗАПЕРЕЧЕНЬ КЛІЄНТА ПРИ ПРОДАЖІ ТОВАРУ (ПОСЛУГИ)

Колядюк А.А.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Робота з запереченнями - це одна з найскладніших комунікативних навичок, яка вимагає не тільки знання технік і практичних навичок роботи з запереченнями як такими, а й терпіння, ввічливості, спокою, доброзичливості, і, звичайно, знання переваг пропонованих послуг. Важливо розуміти, що клієнту заважає прийняти рішення лише його сумнів, і важливо визначити, в чому саме цей сумнів, розвіяти його і дати більше, ніж клієнт очікує. Не потрібно вважати, що заперечення клієнтів - це погано. Це повідомляє вам, що клієнт вас почув і всі його заперечення допоможуть вам виявити потреби клієнта і зрозуміти його емоції.

Причини заперечень у клієнтів наступні:

- Клієнта продукт / послуга зацікавила, але він не хоче, щоб співробітник зрозумів, що його так легко переконати.
- Клієнт, ймовірно, зацікавлений, але не розуміє, навіщо йому потрібний ваш продукт / послуга.
- Клієнт не зацікавлений, але може зацікавитися, якщо ви поясните більш точно і детально.

Заперечення бувають істинні та хибні. Істинні заперечення - це корінь, реальна причина, перешкода, що заважає клієнтові погодитися на вашу пропозицію. Істинні заперечення - це ті питання, вирішивши які разом з клієнтом, Ви реально прийдете до завершення угоди. При істинному запереченні розмова стає більш конкретною, оператору зрозуміло яку аргументацію застосувати.

Приклади істинних заперечень:

- Мені не потрібно страхування, оскільки у мене вже є страховка.
- Мені не потрібна картка "Універсальна", тому що я не користуюся кредитами.

Хибні заперечення - це відмовки, які клієнт використовує, щоб не підключати продукт або послугу. Це одна з форм завуальованої відмови (немає грошей, немає часу; немає можливості відкласти по 20 грн в місяць; не можу прийти у відділення, багато справ).

Етапи роботи з запереченнями:

- Вислухати заперечення клієнта (зрозуміти, що клієнту могло не сподобатися в нашій пропозиції, виявити мотив клієнта).
- Задати уточнюючі питання при необхідності (виявити корінь заперечення).
- Умовне приєднання (дати зрозуміти клієнтові, що ми його чуємо і розуміємо).
- Опрацювати корінь заперечення (намагаємося допомогти клієнту скласти або змінити вже сформовану думку про продукт або послугу, допомагаємо подолати коливання і сумніви, що заважають йому прийняти остаточне рішення).
- Заклик до дії (викликати прихильність у клієнта, залучити до діалогу, налаштувати клієнта на згоду).

Закликаючи до дії, співробітник підштовхує клієнта до конкретного рішення, яке необхідно прийняти саме зараз. На даному етапі співробітник підводить клієнта до покупки послуги або призначення зустрічі. Цей етап – досягнення Вашої мети - продажу.

СТАТУС КРИПТОВАЛЮТИ НА ТЛІ СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ

Кондрат І.Ю., Ярошевич Н.Б., Ливдар М.В.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Криптовалюта привертає багато уваги як академічної спільноти, так інвесторів, державних регуляторних органів і широких кіл громадськості. Все ще немає повного розуміння чи це вид цифрового фінансового активу, чи нова форма грошей. Школа поведінкових фінансів [1] пов'язує з нею два типи невизначеності: складність технології для непрофесійних трейдерів і неясність фундаментальної цінності. Вирішальне значення для зменшення невизначеності має отримання релевантної інформації, а її обмеженість спонукає інвесторів до наслідування інших. Учасники ринку ухвалюють ірраціональні рішення всупереч припущенню про раціональність. Помилки впливають на ціни й дохідність активів, створюючи неефективність ринку. Неефективність (наприклад, недо- чи надмірна реакція на інформацію) є причиною зміни ринкових тенденцій, що в окремих випадках призводить до появи «фінансових бульбашок», що трапилося з біткойном наприкінці 2017 р.

Розглядаючи криптовалюту в межах неокласичної теорії фінансів, включаючи портфельну теорію Марковіца, традиційні моделі ціноутворення активів, гіпотезу ефективного ринку, науковці вважають її швидше спекулятивним активом, ніж заміником грошей. Результати емпіричних досліджень [2, 3] вказують на відсутність взаємозалежності між дохідністю криптовалют і класичних фінансових інструментів, що припускає їх придатність для диверсифікації інвестиційного портфеля у короткостроковому періоді.

Проте після оголошення пандемії коронавірусу ключові фондові індекси втратили 12-13%. 16 березня індекс волатильності VIX досягнув на максимального рівня за свою історію (82,69). Синхронно із обвалом фондового ринку відбулося максимальне за всю історію зниження вартості біткойна - до \$3915 з \$8000 за два дні. Отже, криптовалюта втрачає свій статус «безпечної гавані» на тлі світової кризи.

Література:

1. Gurdgiev, C., O'Loughlin, D., Chlebowski, B., 2019. "Behavioral Basis Of Cryptocurrencies Markets : Examining Effects Of Public Sentiment, Fear, And Uncertainty On Price Formation," Journal of Financial Transformation, Capco Institute, vol. 49, pages 110-121.
2. Baur, D.G., Hong, K. and Lee, A.D. (2018) Bitcoin: Medium of Exchange or Speculative Assets? Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, 54, 177-189. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2017.12.004>.
3. Кондрат І.Ю. Портфельний менеджмент криптовалют [Електронний ресурс] / І. Ю. Кондрат, Р. І. Драла // Інфраструктура ринку. - 2019. - Вип. 33. - С. 293-299. http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/33_2019_ukr/33_2019_ukr.pdf

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Кондратьєв Б.О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

У загальній економічній теорії сталість це одна з основних динамічних характеристик системи, на основі якої в значній мірі виявляється її працездатність [1]. Сталість підприємства є основою розвитку через створення і максимальне використання внутрішнього потенціалу, що відповідає рівню складності зовнішнього середовища [2]. Оцінка стану підприємств на основі статистичного аналізу, проведена Н. Ю. Єршовою довела, що розробка управлінських моделей можлива за допомогою моніторингу розвитку підприємства [3]. Це дозволить не тільки виробляти реальну оцінку, але і прогнозувати ситуації. Реалізація принципів концепції сталого розвитку в діяльності підприємства уможливило повернення підприємства на свою траєкторію розвитку та подальшого заняття на ній кращій позиції [4]. Системи інформаційно-аналітичного забезпечення сталого розвитку формується на базі: даних бухгалтерського, оперативного та статистичного обліку і звітності; галузевих показники діяльності підприємств-аналогів; звітів та планів і прогнозів, отриманих у процесах стратегічного, тактичного і оперативного планування, аналізу, контролю і бюджетування [5]. Тому для менеджера важливо вибудовувати процес стратегічного планування, який включає крім обов'язкових, такі специфічні етапи: формування інформаційної бази даних і каналів оперативної інформації всередині організаційної структури; формулювання якісних і кількісних характеристик, що обмежують вибір стратегії розвитку підприємства; встановлення рівня наявних ресурсів (оцінка ресурсів для здійснення обраних стратегій); пошук, створення та реалізація резервів підвищення стійкості діяльності підприємства.

Література:

1. Дейлі Г. Поза зростанням. Економічна теорія сталого розвитку / Г. Дейлі. – Київ : Інтелсфера, 2002. – 312 с.
2. Єршова Н.Ю. Формування та оцінка ресурсних можливостей підприємств машинобудування в рамках антикризового управління / Н. Ю. Єршова // Формування ринкової економіки: Зб. наук. праць. Економіка підприємства: теорія і практика. – К. : КНЕУ. – 2008. – Ч.І. – С. 202–209.
3. Єршова Н.Ю. Оцінка стану підприємств промисловості на основі статистичного аналізу. Вісник Харківського національного університету. 2008. № 802. С.68–71.
4. Квятковська Л. А. Реалізація принципів концепції сталого розвитку в діяльності підприємства / Л. А. Квятковська // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2013. - Вип. 1. - С. 85–89.
5. Єршова Н.Ю. Діагностика у системі антикризового управління машинобудівними підприємствами : автореферат дисертації на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук; спец. 08.00.04 – «Економіка та управління підприємствами / Наталія Єршова; Нац. техн. унів. «Харківський політехнічний інститут». – Х., 2009. – 20 с.

ВИЗНАЧЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ОСНОВ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЯК СКЛАДОВОЇ РИНКОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Копиця Д.О., Стрюк Л.О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В умовах невизначеності зовнішнього середовища і жорсткої конкуренції за покупця стабільно функціонуючими підприємствами на ринку залишаються ті, хто активно формує і реалізує бізнес - процеси, архітектура яких побудована якісно і ефективно.

Мета дослідження - теоретичне обґрунтування методичних підходів до оптимізації бізнес-процесів як складової ринкової стійкості підприємства.

У процесі дослідження використано системний підхід; методи: маркетингового і логічного аналізу.

Аналіз літературних джерел дозволив нам деталізувати основні характеристики якості бізнес-процесів підприємства, як - то: результативність (час протікання бізнес-процесу); ефективність (мінімізація часу і витрат); адаптивність (здатність реагувати на зміну навколишнього середовища); антиципативність (оптимальне співвідношення «ціна-якість») [1-3].

За даними характеристиками нами було проведено бліц – опитування керівників бізнес – одиниць промислових підприємств м. Харкова. Загальна чисельність респондентів склала 100 осіб. За результатами опитування маємо констатувати, що практично 100% респондентів вважають адаптивність бізнес – процесу як здатність реагувати на зміну навколишнього середовища його головною характеристикою, майже 90% (87%) вважають результативність бізнес процесу основною складовою його успішності; 85% - віддають перевагу тому бізнес – процесу, у якого час практичної реалізації і витрати мінімальні та тільки 50% респондентів віддали свої голоси за таку характеристику як антиципативність – оптимальне співвідношення «ціна-якість». Останнє, на нашу думку, є негативним чинником щодо формування загальної ефективності бізнес – процесів підприємства та потребує переосмислення з боку управлінців.

Висновок: Рівень ефективності підприємства знаходиться у прямій залежності від ступеня реалізації основних характеристик існуючих бізнес – процесів. Концентрація уваги керівників на якості бізнес-процесів забезпечить ефективність комерційної діяльності підприємства, надасть конкурентні переваги, створивши необхідні умови, які в синтезі складуть його ринкову стабільність та стійкість.

Література:

1 Ковшова І. О. Оптимізація бізнес-процесів як засіб підвищення ефективності діяльності промислових підприємств / І. О. Ковшова // Економіка. Менеджмент. Бізнес. - 2016. - № 1. - С. 53 - 62.

2 Морщенок Т. С. Теоретичні аспекти управління бізнес-процесами в контексті реалізації стратегії розвитку підприємства / Т. С. Морщенок // Бізнес Інформ. – 2014. – № 11. – С. 295–302.

3 Пономаренко В.С., Мінухін С.В., Знахур С.В. Теорія та практика моделювання бізнес-процесів : монографія. Харків : ХНЕУ, 2013. 243 с.

СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ ЕКОЛОГОБЕЗПЕЧНОГО РОЗВИТКУ ЛІСОКОРИСТУВАННЯ В УКРАЇНІ

Корчинська Л.Ф.

*ДП «Коростишівський лісгосп АПК» Житомирського обласного
комунального агролісогосподарського підприємства «Житомироблагроліс»,
м. Житомир*

На сучасному етапі розвитку суспільства актуальною проблемою, що потребує невідкладного вирішення щодо використання лісових ресурсів, є розвиток збалансованого лісокористування як важливого компоненту природокористування, що передбачає обґрунтоване втручання у природну екосистему. Вивчення цього питання пов'язане з проблемами забезпечення еколого-економічної безпеки функціонування лісових господарств [1].

Глобальна економіка ідентифікує лісові ресурси як актуальний фактор конкурентоспроможності і стратегічну цінність. Лісовий сектор, що має широкий спектр впливу, активно розглядається в проектах різних рівнів багатьох країн з метою підвищення його стратегічного значення у майбутньому. Більшість країн світу, розвиваючи принципи конкуренції, все більше уваги приділяють питанням розвитку співробітництва в національних економіках. Якщо раніше таке співробітництво обмежувалось галузевими інтересами, то сьогодні спостерігається розширення сфер такого співробітництва в контексті забезпечення екологічної безпеки.

Тому основними цілями лісокористування у Європі визнано: багатоцільове використання лісових ресурсів; забезпечення розвитку зеленої економіки за рахунок надання ресурсів деревини та інших продуктів та послуг лісу як відновлюваних природних ресурсів; адаптування до змін клімату, забезпечення стійкості лісів до стихійних лих, захищеність від загроз антропогенного походження, посилення продуктивності лісових насаджень та їх захисної функції; нарощення потенціалу лісових ресурсів для депонування вуглецю; заміна невідновлюваних матеріальних та енергетичних ресурсів лісовими ресурсами у такій спосіб, щоб зменшити Європейський екологічний слід без порушення глобального вуглецевого балансу; зупинення втрат біорізноманіття у лісах Європи, відновлення деградованих лісових насаджень; посилення ролі лісів у протидії опустеленню; усунення нелегальної лісозаготівлі та торгівлі нелегально заготовленою деревиною [2].

Зрозуміло, що перехід до збалансованого лісокористування і запровадження зазначених вище принципів та інструментів не відбудеться автоматично. Необхідним є певний поштовх і об'єднання зусиль суспільства на певних засадах і у конкретно визначеному напрямі. Такою об'єднуючою платформою має стати стратегія розвитку збалансованого лісокористування.

Література:

1. Cherchyk, L.; Shershun, M.; Khumarova, N.; Mykytyn, T.; Cherchyk, A. 2019. Assessment of forest enterprises' performance: integrating economic security and ecological impact, *Entrepreneurship and Sustainability Issues* 6(4): 1784-1797. [http://doi.org/10.9770/jesi.2019.6.4\(17\)](http://doi.org/10.9770/jesi.2019.6.4(17)).
2. Oslo Ministerial Decision: European Forests 2020 [Electronic resource]. – Mode of access: URL: http://www.foresteurope.org/docs/ELM/2011/Foresteurope_MinisterialConference_Oslo2011_EuropeanForests2020.pdf.

СУТНІСТЬ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Косенко А.В., Федорів А.О., Грідіна А.О.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Найбільш важливим елементом інновацій є їх комерціалізація. Комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ) – це процес перетворення результатів науково-технічної та інноваційної діяльності в товар і їх ефективна реалізація в промислових масштабах. Комерціалізація є найважливішим елементом інноваційного процесу. Процес комерціалізації в залежності від стадії втілення комерційної ідеї може приймати проектну або *реальні* форму (стадію). Об'єктами комерціалізації можуть бути ресурси, виробничі процеси, результати виробничого процесу (табл.1).

Таблиця 1 - Класифікація видів комерціалізації за виду об'єкта комерціалізації

Види об'єкта комерціалізації	Стадії втілення комерційної ідеї	
	Проектна	Реальна
Ресурси	Комерціалізація проектів продажу (комерціалізації) ресурсів	Комерціалізація ресурсів
Процеси	Комерціалізація проектів продажу (комерціалізації) процесів	Комерціалізація процесів
Результати	Комерціалізація проектів продажу (комерціалізації) результатів	Комерціалізація результатів

Процеси, що пов'язані з комерціалізацією ресурсів для здійснення інноваційної діяльності не є актуальними і не відповідають її цілям. Комерціалізація ресурсів більш пов'язана з оптимізацією оперативної і фінансової сфери діяльності підприємства. Тому, ці види комерціалізації (проектну та реальну її форми) до інноваційної діяльності мають опосередковане відношення. Проекти по комерціалізації ОІВ не розглядаються окремо від бізнес-процесів, так як вони є логічним завершенням інноваційного бізнесу. Тому, їх подання разом з проектом бізнесу є взаємодоповнюючим. У випадку купівлі-продажу бізнесу, проекти по комерціалізації ОІВ не зменшують його цінності, а, навпаки, сприяють зменшенню рівня ризику та збільшення рівня довіри у клієнта.

Література:

1. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
2. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
3. Перерва П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 3. Управление ассортиментом продукции.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
4. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592 с.
5. Перерва П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 3. Управление ассортиментом продукции.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
6. Перерва П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 4. Исследование рынка промышленной продукции.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 96 с.

ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ТЕХНОЛОГІЯ»

Косенко О.П., Долина І.В., Волченко А.С.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Термін «технологія» має безліч визначень, кожне з яких правильне. Зміст теж приблизно однаковий. Однак у разі використання цього терміна в проектах технологічного аудиту при оцінці комерційного потенціалу технологій слід більш чітко визначити сутність та економічний зміст цього поняття, так як наявність різних тлумачень цього терміну може призвести до певних помилок при його практичному використанні. Для розробки сучасної науково-технологічної політики необхідно оперувати погодженими і стандартизованими поняттями. Термін «технологія» у вітчизняній науковій літературі з'явився в 1970-і роки і означав погоджену єдність технології, техніки і устаткування, організованої праці і механізму управління.

За нашим уявленням, під технологією треба розуміти сукупність і послідовність методів і процесів перетворення початкових матеріалів, що дозволяють одержати продукцію із заданими параметрами. Ключовою ланкою будь-якої технології є детальне визначення кінцевого результату і контроль точності його досягнення. Власне, просто процес тільки тоді одержує статус технології, коли він наперед був спрогнозований, визначені кінцеві властивості продукту і засобу для його отримання і він вже початий.

Дослідження напрацювань вчених-теоретиків, які присвятили свої праці дослідженню суті поняття «технологія» та найбільш широко і детально вивчили цей феномен, дозволяє зробити наступний висновок: технологія - це та частина культури, яка пов'язана з соціально-економічною стороною людської життєдіяльності, перетвореннями або рухом матеріалів, інформації і людей, внаслідок чого досягається поставлена мета і утворюється щось нове на новому якісному рівні. Дане визначення, на наш погляд, найточніше визначає на сутнісному рівні поняття технологія, закладаючи в нього вже на цьому рівні певну інноваційність, новизну і раціональність в досягненні поставленої мети.

Стосовно безпосереднього предмету нашого дослідження – технологічного процесу – то його визначення найбільш точно в нашому розумінні можна визначити наступним чином. Технологічний процес - це практичне використання наукових знань з метою створення технічного методу виготовлення продукту доступними світовому науково-технічному прогресу способами. Виходячи з цього визначення, продукт – це результат конкретного використання технології з метою виконання послідовних специфічних функцій.

Література:

1. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаєнс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
2. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
3. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592 с.
4. Перерва П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 3. Управление ассортиментом продукции.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
5. Перерва П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 4. Исследование рынка промышленной продукции.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 96 с.

ІННОВАЦІЙНІ PR-ТЕХНОЛОГІЇ, ЯКІ ВИЗНАЧАЮТЬ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА УПРАВЛІННЯ МАСОВОЮ КУЛЬТУРОЮ

Косенко О.П., Петренко В.Є.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В роботі розглянуто питання інноваційних PR – технологій. Основним постулатом науки зі зв'язків з громадськістю є правдива інформація про об'єкт, але вона шокує, дивує і надовго залишається в пам'яті. Епатаж - це заплановане, екстраординарне, самодостатнє порушення загальноприйнятих норм за рамками традиційного сприйняття, що має за мету привернути увагу до продукту або послуги і розвитку сприйняття продукту або послуги з точки зору новаторства і впевненої переваги над конкуруючими продуктами і послугами. Серед найбільш популярних засобів управління масовою культурою є: «кітч» - це одне з явищ масової культури, в якому основна увага приділяється екстравагантності зовнішнього вигляду, крикливості його елементів; «провокація» - дія, спрямована на виклик прогнозованої реакції. націлена не на саме дійство, а на його наслідки; «сенсація» - якась нова інформація, якої раніше ніколи не було, її обов'язкова умова - впливати на чуттєву сторону сприйняття; «скандал» - широке публічне висвітлення інциденту, може бути заснований на приклад, на фактах, чи на помилкових твердженнях; «перфоманс» – це форма демонстрування сучасного мистецтва, в твір якого складають дії художника або групи в певному місці і в певний час. Епатаж як інноваційна технологія зв'язків з громадськістю надзвичайно важливий і затребуваний. Оскільки публіка стає все більш досвідченою, і дивувати стає все важче, маркетологам необхідно подбати про яскравість створюваного образу бренду, торгівельної марки чи товару. Скандальний імідж може включати в себе і епатажні дії, в тому числі рекламні кампанії, і спеціальні події, провокацію, сенсацію, а також різні екстраординарні перфоманси. Скандальний імідж володіє досить значним резервом піар-інструментів, а отже, він є ефективним для управління масовою культурою.

В роботі були охарактеризовані технології в сфері зв'язків з громадськістю, описані інноваційні піар-технології в сфері масової культури, що визначають напрямки розвитку суспільства і управління масовою культурою, такі як епатаж, кітч, сенсація, скандал, провокація, перфоманс.

Література:

1. Абанкіна, Т. В. Інформаційний менеджмент: PR некомерційної організації: теоретичні основи сучасних PR - технологій і моделей комунікації; Музей майбутнього: інформаційний менеджмент / Упоряд. А. В. Лебедєв. М.: Прогрес-Традиція, 2001. С. 117.
2. Вільна енциклопедія. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Кітч>. (дата звернення: 7. 03. 2019).
3. Дукельский В. Ю. Інформаційний менеджмент: Проекти, комунікація, інформація Музей майбутнього: / Упоряд. А.
4. В. Лебедєв. М.: Прогрес-Традиція, 2001. С. 55-61. Навіщо PR – службі соцмережі. URL.: <https://prexplore.ru/prtech/zachem-piarshhiku-sotsseti/>. (дата звернення: 30.01.2020).
5. Словник рекламних термінів. URL: <http://pr-life.ru/?part=University&dictionary=1>. (дата звернення 8.06.2019).

СУЧАСНІ ТРЕНДИ У СФЕРІ ІНТЕРНЕТ РЕКЛАМИ

Косенко О.П., Честних Я.С.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Життя сучасного суспільства неможливо уявити без реклами. Реклама - динамічна, швидко трансформуюча сфера людської діяльності. Важливим завданням, яке стоїть перед підприємствами для успішної роботи — постійне спостереження за змінами, аналіз тенденцій та планування успішної рекламної діяльності.

Тренди у сфері реклами формуються на основі постійних досліджень поведінки споживачів. Відштовхуючись від того як змінюється поведінка споживача, формуються тренди у сфері реклами, які позитивно впливають на споживачів та приводять до збільшенню конверсії.

Розглянемо 3 головні тренди у сфері Інтернет реклами у 2020 році. Найбільш ефективною зараз є нативна реклама. За останні 2 роки реклама в соціальних мережах, співпраця з блогерами, відомими людьми та дідерами думок у вигляді рекламних публікацій перевищували кількість life публікацій, що привело до швидкого зменшення зацікавленості споживачів у продукції, яка рекламується. Саме тому нативна реклама, а саме непряма, спритно зашифрована і грамотно вплетена сьогодні є найефективнішою.

Наступним трендом у сфері реклами став відеоконтент. Висока конкуренція та велика кількість пропозицій на ринку розпестили сучасного споживача. Для споживача стали важливі такі фактори як візуальний вигляд пропозиції, цікава подача, деталі. Саме тому якісний відеоконтент, який вміщує нову інформацію, захоплюючи історію набуває популярності.

Останній тренд - персоналізація пропозиції. Індивідуальний підхід до кожного споживача, орієнтуючись на його історію покупок, вподобання, потреби та запити. Формування рекламної пропозиції відштовхуючись від вподобань кожного споживача вимагає збору великої кількості інформації, але на сьогодні є дуже ефективним та популярним.

Висновки: сучасним підприємствам для успішної діяльності потрібно йти в ногу з трендами реклами, слідкувати за зміною поведінки споживача та планувати свою рекламну діяльність опираючись на них, а саме впровадження нативної реклами, якісного відеоконтента та персоналізації пропозицій.

Література:

1. Банкін А. Контент-маркетинг для зростання продажів. - СПб: Пітер, 2017. 272с.
2. Бест Р. Маркетинг від споживача. - М.: Манн, Іванов і Фербер, 2018. 696 с.
3. Гуревич П.С. Соціологія і психологія реклами: навчальний посібник для вузів / П. С. Гуревич. - 2-е изд., Испр. і доп. - М.: Юрайт, 2017. 462 с.
4. Іванов А. Реклама. Гра на емоціях. - М.: Паблішер, 2017. 256 с.
5. Котлер Ф. "Основи маркетингу": Пер. з англ. - М.: "Ростінгер", 2000 р
6. Визначення терміну інтернет-маркетингу в умовах сучасного розвитку технологій та міжнародного ринку О Косенко, В.Пономаренко - Вісник Національного технічного університету «ХПІ», №24, 2019

КОМПЛАЕНС-РИСКИ КАК СОСТАВЛЯЮЩИЕ КОМПЛАЕНС-ПРОГРАММЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Коциски Дердь, Перерва П.Г.

Мишкольцский университет, г.Мишкольц

Комплаенс-программа промышленного предприятия — это комплекс встроенных в бизнес-процессы предприятия различных видов комплаенс-контроля, установленных для соблюдения внешних и внутренних нормативов и требований.

В комплаенс-программе наличествуют организационные, процессные и технологические элементы [1]. Организационные элементы охватывают организационную структуру службы комплаенса и организацию собственно деятельности по оценке и предотвращению комплаенс-рисков (в том числе с привлечением внешних экспертов). Процессные элементы охватывают виды деятельности, связанные с достижением главной цели комплаенса (в частности, мониторинга). К технологическим относятся основные процедуры, условия и инструменты использования данной функции, в частности, оценка комплаенс-риска.

В качестве основного инструмента снижения комплаенс-риска рассматривается реализация комплаенс-контроля. В рамках внутреннего контроля следует осуществлять проверку деятельности по регулированию технико-производственных и экологических рисков, в рамках внутреннего аудита – контроль с целью регулирования финансовых рисков и рисков, связанных с международными активами. Задачи систем корпоративной безопасности представлены деятельностью по регулированию репутационных, регуляторных рисков. Алгоритм управления комплаенс-рисками в промышленной компании включает в себя последовательность следующих стадий [1]: определение субъектов и объектов реализации комплаенс-функции и контроля; формирование комплаенс-политики компании; определение комплаенс-рисков (реальных и потенциальных), разработка карт комплаенс-рисков с указанием величины приемлемого ущерба и методов выявления рисков; соотнесение обязанностей по управлению комплаенс-рисков с функционалом соответствующего структурного подразделения; характеристика значимости риска, методов его оценки; определение состава мероприятий по урегулированию рисков. Практическая реализация комплаенс-контроля может быть осуществлена на основе использования матриц комплаенс-рисков.

Литература:

1. Николаева А.А. Реализация комплаенс-функции в промышленности // Известия СПбГЭУ. 2016. №1.- С.126-130.
2. Перерва П.Г. Complаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // Вісник НТУ "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Екон. науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 24. – С. 153-158.
3. Грабченко А.И. Основы маркетинга высоких технологий : [учебное пособие] / Грабченко А.И., Перерва П.Г., Смолоник Р.Ф. – Х. : ХГПУ, 1999. – 242 с.
4. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
5. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Complаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
6. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 592 с.

КОРЕЛЯЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Кочетова Т.І.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В умовах інтегрування України в світове економічне середовище та розвитку національного фондового ринку підприємства починають формувати свої фінансові активи шляхом портфельного інвестування.

При купівлі акцій або інших фінансових інструментів для формування прибуткового інвестиційного портфелю вже не достатньо методів фундаментального і технічного аналізу.

Застосування кореляційного підходу дає змогу диверсифікувати портфель інвестицій, включаючи до нього активи з негативною кореляцією.

Кореляція – статистичний показник, який описує тенденцію зміни цін двох активів відносно один одного і дозволяє інвестору визначити наскільки однаково змінюються ціни активів. Позитивна кореляція означає, що ціни на активи збільшуються і зменшуються одночасно, а негативна кореляція свідчить, що зростання ціни одного активу супроводжується зниженням ціни іншого. Отже для зниження загального ризику інвестиційного портфелю необхідно вибирати активи із низькою або навіть негативною кореляцією. Чим меншим є значення коефіцієнту кореляції, тим меншим буде загальний ризик портфелю.

В реальній практиці інвестування найбільш популярні активи мають приблизно однакові тенденції зміни їх цінних характеристик. Хоча коефіцієнти кореляції не досягають одиниці, тим не менш загальні тренди залишаються незмінними.

Елімінування ризику шляхом покупки активів з різних галузей економіки чи різних інструментів фінансового ринку (наприклад: акцій – найбільш ризикових і облігацій – менш ризикових) успішно працює.

Але для досягнення максимальної прибутковості виникає потреба в управлінні інвестиційним портфелем. У середньостроковій перспективі найбільшу прибутковість можуть дати активи з позитивною кореляцією якщо в момент розбіжності "трендів" актив зростаючий у ціні продавати, а з падаючої ціною - купувати. Це потребує наявності у «портфелі» активів саме з позитивною кореляцією.

Таким чином, кореляційний підхід до формування і управління фінансовими активами підприємства дає змогу не тільки знижати ризики але і отримувати додаткову прибутковість.

ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ БАНКУ**Крамаренко А.В., Вишневська М.К.***Національна металургійна академія України, м. Дніпро*

В сучасних умовах особливої актуальності набуває управління інноваційною діяльністю організацій. Серед комерційних банків АТ КБ «ПриватБанк» є одним з лідерів в області впровадження інновацій, тому цікавим є дослідження досвіду організації підвищення інноваційної активності персоналу банку.

У АТ КБ «ПриватБанк» існує унікальний канал зв'язку, яким кожен співробітник банку може запропонувати різноманітні ідеї щодо вдосконалення роботи банку в цілому, або впровадження нових продуктів чи послуг. Сервіс має назву «Інтелектуальний фонд». Співробітник має можливість подати свою ідею до відповідного бізнесу чи напрямку через посилення на робочому столі під своїм обліковим записом.

Протягом 15 днів адресат ідеї зобов'язаний розглянути подану до його напрямку пропозицію, оцінити її від 1 до 5 і винести по ній відповідне рішення. Премія нараховується наступним чином: оцінка 1 – 0 грн, оцінка 2 – 100 грн, оцінка 3 – 500 грн, оцінка 4 – 2500 грн, оцінка 5 – 5000 грн.

Оцінки показують якість ідеї, відповідність прибутку до витрат на її реалізацію та реальну необхідність чи можливість запровадження такої ідеї.

За оцінку «1» винагорода не виплачується. Це пов'язане з абсурдністю ідеї, її невідповідністю обраній рубриці або політиці банку в цілому.

За календарний місяць співробітник може подати не більше 15 ідей.

Розглянемо активність персоналу за останній рік. Загалом подано 1530 ідей, кількість реалізованих ідей у відсотках наведена в таблиці 1.

Таблиця 1 – Інноваційна активність персоналу банку

Напрямок	Загальний відсоток реалізованих ідей по напрямку, %
Фінанси і ризики	40
Платежі та перекази	64,7
Малий та середній бізнес	32
Департамент зовнішньо-економічної діяльності (ЗЕД)	19,7
Кредитні картки і зарплатні проекти	61,3
Інформаційні технології	34,8
Бізнес споживчого кредитування	95

Загалом реалізовано понад 49 % ідей, поданих співробітниками. Це досить великий відсоток, який свідчить про те, що співробітники подають дійсно корисні ідеї, які в подальшому можуть принести банку прибуток.

Найбільший відсоток реалізованих ідей видно по бізнесу споживчого кредитування – 95%. Одною з таких ідей є інтернет-майданчики PLANETESTET та PLANETAUTO, на яких будь-який користувач може розмістити своє майно на продаж, а інший користувач може оформити це майно у кредит через банк.

МОЖЛИВОСТІ Й НАПРЯМИ НАРОЩУВАННЯ РИНКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Красовський О.О., Стадник В.В.

Хмельницький національний університет, м. Хмельницький

Посилення конкуренції на більшості сегментів ринку внаслідок перенасичення останнього товарами і послугами загостило і актуалізувало для суб'єктів господарювання проблему розвитку управлінських технологій, які б забезпечували підвищення ефективності господарювання. Адже стратегія так званого «цінового лідерства» не забезпечує зростання ефективності у довготривалому періоді для підприємств, що працюють у вузьких сегментах ринку, місткість яких і обмежує зростання обсягів реалізації продукції.

Тому для вітчизняного бізнесу, який внаслідок відкриття внутрішніх ринків здебільшого не здатен опиратися експансії дешевих товарів ТНК, більш перспективним є пошук інших способів формування конкурентних переваг. Очевидно, що це можливо лише за зростання інноваційної активності підприємств, результуючою якої є створення й оперативне виведення на ринок нових продуктів, що мають споживчу цінність.

Це сприятиме зростанню ринкового потенціалу підприємства, який визначає «економічну доцільність та можливість реалізувати отримані конкурентні переваги через розширення обсягів реалізації продукції на ринку [1]. Згідно Ж.-Ж. Ламбена, це може здійснюватися за рахунок: розширення кола споживачів завдяки інтенсифікації маркетингових зусиль, наповнення продукту новими функціями, а також – технологічного вдосконалення процесу виробництва [2, с. 279]. На наш погляд, саме в контексті цих напрямів слід алгоритмізувати інноваційний пошук. Важливо при цьому попередньо оцінити міру впливу реалізації заходів в кожному із виділених напрямів діяльності на обсяги зростання ринкового потенціалу підприємства в координатах «економічна доцільність/можливість» і співвіднести з цим сильні і слабкі сторони підприємства. Це дасть змогу оптимізувати використання ресурсів і максимізувати результуючу інноваційної діяльності – починаючи з етапу генерування нових ідей в розрізі визначених цілей, відтак обґрунтування їх ринкових перспектив, розроблення технологічного процесу їх втілення у товари і завершуючи вибором способів і технологій просування на ринок і збуту. Реалізація цих завдань з урахуванням галузевої специфіки підприємства і визначена наступним етапом дослідження.

Література:

1. Стадник В.В., Головчук Ю.О., Іжевський П.Г. Маркетинг взаємодії в розвитку інноваційного та ринкового потенціалу підприємства. *Ефективна економіка*. - 2018. - № 2. URL http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/7
2. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / пер. с англ. под. ред. В. Б. Колчанова. Санкт-Петербург: Питер, 2008. - 800 с.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

Кришталєва О.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В умовах підвищеної конкуренції все більшого значення набувають дослідження інструментів ощадливого підвищення економічної ефективності роботи підприємств. Таким інструментом виступає організаційна культура.

В науковій доктрині виділяють чотири основні підходи до розуміння організаційної культури:

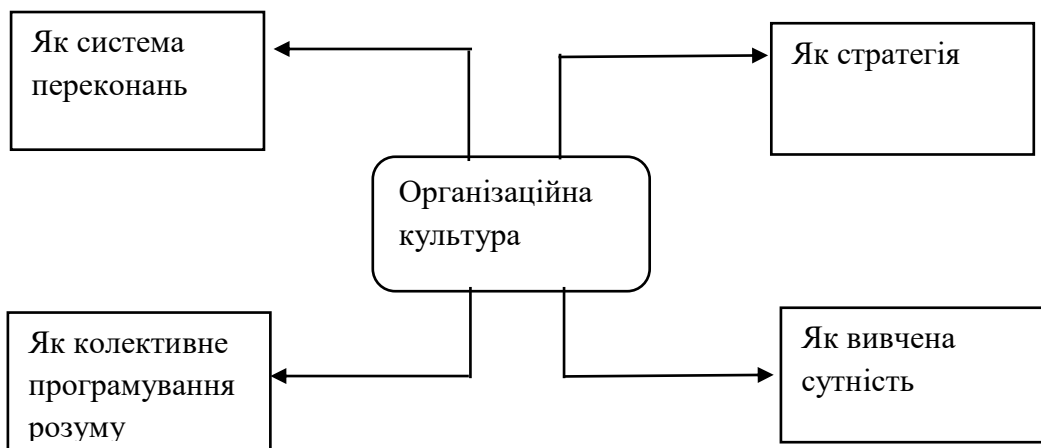


Рис. 1 Основні підходи до розуміння організаційної культури

Організаційна культура як система переконань - це сукупність спільних принципів та цінностей, що забезпечує членів колективу правилами поведінки в організації [1].

На думку Бейта, культура є явищем стратегії, а стратегія є культурним явищем. У зв'язку з цим, формулювання стратегії представляє собою культурну діяльність, а всі культурні установки слід розглядати як стратегічні рішення [2].

Хофстед визначає організаційну культуру як колективне програмування розуму, яке відрізняє членів однієї групи людей від іншої [3].

Під організаційною культурою як вивченою сутністю розуміють шаблон, розроблений членами організації, який передається новим членам [4].

Отже, сьогодні в науковій доктрині немає єдиного розуміння організаційної культури, що свідчить про її складність та багатоаспектність. Актуальним є виведення єдиного універсального терміну для запобігання еквівокації терміну «організаційна культура».

Література:

1. Davis, S.M. (1984). *Managing corporate culture*. Ballinger, Cambridge, MA
2. Bate, P. (1995). *Strategies for cultural change*. Butterworth-Heinemann, Oxford
3. Hofstede, G. (1984). *Cultural Consequences: International Differences in Work Values*. Sage, Beverly Hills.
4. Schein, E.H. (1985). *Organisational Culture and Leadership*. Jossey Bass, San Francisco

СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗДРІБНИХ ПОСЕРЕДНИКІВ

Кузьо Н.Є., Косар Н.С.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Роздрібна торгівля посідає важливе місце у задоволенні потреб споживачів у необхідних їм товарах. Індивідуалізація потреб споживачів, необхідність підвищення рівня їх обслуговування обумовлюють активне використання торговельними підприємствами сучасних інформаційних технологій. Мова йде про сканери для штрихового кодування товарів, термінали збирання інформації, мобільні комп'ютери та інфокіоски [1, с. 105]. Проте розвиток інформаційних технологій обумовлює використання також електронних цінників, які доцільні передусім для магазинів самообслуговування та дозволяють оперативно змінювати інформацію про ціну продажу товарів з використанням програмного забезпечення [2]. У сфері просування товарів перспективною є концепція SoLoMo, яка базується на поєднанні соціальних мереж, геолокації та певних мобільних платформ (прикладом є мобільні додатки). Забезпечити широке охоплення покупців у різних регіонах країни та світу роздрібним торговцям дозволяють Інтернет-магазини. Більшість великих торговельних мереж України уже мають створені власні Інтернет-магазини, зокрема, "Ашан", "Таврія В", "Фуршет", Fozzy [3, с. 35-36], EVA, Watsons, "Фокстрот", Eldorado, "Антошка" та для просування товарів вони активно використовують соціальні мережі. Зокрема, торговельна мережа "Ашан" у мережі Facebook має 3,81 млн. підписників, Watsons – 10,9 млн. підписників, а EVA – 536 тис. підписників.

Сучасні інформаційні технології дозволяють роздрібним посередникам значно покращити і виконання логістичних функцій, зокрема транспортування та управління запасами. Використання CRM-систем у роздрібній торгівлі значно спрощує для підприємств процес збору та аналізу необхідної інформації про покупців для підвищення ефективності своєї діяльності.

Перспективи розвитку роздрібної торгівлі України пов'язані з використанням ще більшої кількості новітніх технологій для забезпечення вищого рівня сервісу клієнтів [1, с. 105]. Мова йде про можливість біометричної оплати товарів з використанням відбитків пальців, отримання необхідних консультацій щодо товарів і їх закупівлі з використанням голографічних продавців, появу можливості тривимірного сканування покупця при підборі для нього оптимального розміру одягу чи взуття.

Література:

1. Чернявська М. К. Сутність інновацій торговельного підприємства // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія Економіка. 2017. Випуск 1(7). С. 102-107.
2. Єрмак С. О. Торгово-технологічні інновації в торгівлі на сучасному етапі розвитку України // Ефективна економіка. 2014. № 11. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_11_109.
3. Кузьо Н.Є., Косар Н.С. Напрями активізації роздрібної торгівлі продуктами харчування на основі залучення Інтернет-технологій // Маркетинг і цифрові технології. 2018. Том 2, №2. С. 30-42.

ОСНОВНІ МЕТОДИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ АНАЛІЗУ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Кулага В.С., Кучіна С.Е.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут» м. Харків*

У роботі розглянуто методіку діагностики матеріальних ресурсів підприємства. У сучасних умовах господарювання на перше місце виходить якість готової продукції. Матеріали, що використовуються при виробництві продукції, безпосередньо впливають і на якість виробленої продукції, і на ціну її реалізації [1].

Вимоги, що пред'являються до якості готової продукції, повинні бути ретельно проаналізовані і взяті за основу при виборі матеріальних ресурсів. Аналізуючи забезпеченість матеріальними ресурсами, необхідно враховувати дію наступних чинників: технічних (об'єм виробництва, виробнича потужність, тип машин і устаткування, виробничий процес і т.ін.); фінансово-економічних (продуктивність праці, рівень якості продукції, рівень кваліфікації працівників і т.ін.); соціально-економічних (соціальне й культурне середовище, соціально-економічна інфраструктура)[1-3]. Аналіз матеріальних ресурсів проводиться у наступній послідовності: аналіз забезпеченості організації матеріальними ресурсами; аналіз стану запасів матеріалів для виробничих цілей; оцінка ефективності використання матеріалів у виробництві; факторний аналіз матеріаломісткості; аналіз відходів; аналіз браку у виробництві[1]. Ефективність використання матеріальних ресурсів визначається системою показників, які характеризують як сумарні витрати усіх матеріальних ресурсів, так і ефективність використання окремого ресурсу[3]. Для аналізу та діагностики матеріалів використовують наступні показники: матеріалоємність, матеріаловіддачу, коефіцієнт корисного фактичного використання матеріалу. Отже, вирішальним фактором для технічної і економічної життєдіяльності підприємства є джерела і постійна наявність матеріальних ресурсів. Скорочення запасів матеріалів нижче норми порушує виробничий ритм підприємства, збільшення запасів вище норми також веде до негативних наслідків[1]. Таким чином для контролю ритмічності матеріального обороту необхідно проводити розрахунок наднормативних запасів по всіх елементах оборотних коштів

Література:

1. Герасимова В.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / в.д. Герасимова, Л.Р. Туктарова, О.А. Черняева. – 2-е изд., перераб. И доп. – Москва : КНОРУС, 2018. – 506с.
2. Кучіна С.Е. Методичні засади формування системи показників економічної ефективності виробництва / С.Е.Кучіна, Г.М. Неплох // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». – Харків: НТУ «ХПІ», 2013. – №21(994). – С.146-149.
3. Кулага В.С., Кучіна С.Е. Економічна сутність та показники прибутку підприємства / В.С. Кулага, С.Е. Кучіна // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXVII міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2019, 15-17 травня 2019 р.: у 4 ч. Ч. III. / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХПІ». С. 224.

ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ МІЖ КАНАЛАМИ ЗБУТУ ПІДПРИЄМСТВА

Куліш А.Ю.

*Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця,
м. Харків*

Важливість ефективної збутової політики як складової діяльності підприємства зумовлена багатоплановою значущістю збутової діяльності для будь-якого підприємства, оскільки у сфері збуту остаточно визначається результат усіх зусиль підприємства, збутова діяльність є продовженням процесу виробництва в аспектах доробки товару та його підготовки до продажу. Під збутовою політикою підприємства-виробника слід розуміти сукупність збутових стратегій (позиціонування товару, стратегії охоплення ринку та ін.) та комплекс заходів, рішень і дій виробника, спрямованих на кінцевих споживачів продукції [1].

Ефективність проведення збутової політики підприємствами полягає в збалансованому використанні усіх наявних інструментів, починаючи від виваженої цінової політики та завершуючи підвищенням кваліфікації менеджерів. У цьому контексті актуальності набуває розроблення підходу до оцінювання рівня конкуренції між каналами збуту підприємств і проведення спектрального аналізу збутової політики суб'єкта господарювання. Науково-методичний підхід до оцінювання рівня конкуренції між каналами збуту підприємств складається з наступних етапів [2]: 1. побудова інтегрального показника конкуренції між каналами збуту; 2. здійснення спектрального аналізу конкуренції між каналами збуту за допомогою Фур'є-аналізу; 3. ідентифікація питомої ваги груп показників конкуренції між каналами збуту підприємств; 4. якісна інтерпретація конкуренції між каналами збуту підприємства; 5. детальний аналіз напрямків збутової політики.

Інформаційною базою формалізації інтегрального показника є показники, які узагальнено трьома групами [2]: I група – показники обсягу фінансування збутової діяльності; II група – показники ринку збуту продукції; III група – показники цінової політики збуту продукції.

Запропонований підхід дозволяє надати загальну кількісну та якісну оцінку конкуренції між каналами збуту за інтегральним показником, ґрунтовно проаналізувати напрямки збутової політики, ідентифікувати конкурентні позиції підприємств з точки зору обсягу фінансування збутової діяльності, зробити висновок про сильні та слабкі сторони збутової політики. а також ідентифікувати їх потенційні можливості до зростання.

Література:

1. Біловодська О.А. Маркетингова політика розподілу і збуту: дослідження сутності, ролі та значення. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 2. С. 85-97. DOI: <http://doi.org/10.21272/mmi.2017.2-08>
2. Олефіренко О.М., Шевлюга О.Г. Методичні засади оцінювання конкуренції в збутовій політиці інноваційно-активних підприємств України. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 2. С. 26-35. DOI: <http://doi.org/10.21272/mmi.2017.2-02>

ВИКОРИСТАННЯ МОДЕЛЕЙ КОМПЕТЕНЦІЙ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Кучинський В.А.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Компетентнісний підхід представляє широкі можливості для опису типу поведінки і тих її аспектів, які необхідні для досягнення високого рівня ефективності трудового процесу [1]. З'являється можливість сконцентрувати увагу на ключових питаннях трудової поведінки, які впливають на результат, при цьому зберігається можливість використовувати поняття компетентності для опису тих знань і вмінь, які очікуються від працівників для ефективного виконання ними своїх обов'язків [2-4]. Також поняття компетенції дають можливість інтегрувати елементи управління персоналом в єдине ціле [5-6].

Компетентнісний підхід є відповіддю на прискорення НТП, який змінив технологічну і інформаційну складові виробничо-управлінських систем. Проблеми багатьох служб управління персоналом пов'язані з різницею методологічних підходів, які використовуються в різних складових системи управління персоналом [2-6]. Добір, оцінка, розвиток і мотивація персоналу – процеси, які пов'язані між собою. В компетентнісному підході цей взаємозв'язок знайшов технологічне втілення. Єдина база даних, яка буде створена на основі компетенцій, дасть можливість інтегрувати всі напрямки діяльності з управління персоналом в єдине ціле [7].

Модель компетенцій – це повний набір характеристик, який дозволяє людині успішно виконувати функції, що відповідають її посаді [1]. Тому вона є основою на якій будується система управління персоналом.

Література:

1. Управление персоналом: теория и практика. Компетентностный подход в управлении персоналом: учебно-практическое пособие / под ред. А.Я. Кибанова. – М.: Проспект, 2017. – 72 с.
2. Перерва П.Г. Развитие рыночного потенциала предприятий на основе эффективного формирования и использования людского капитала / П.Г. Перерва, В.А. Кучинский // Экономический журнал Одесского политехнического университета. – 2019. – № 3 (9). – С. 101-110.
3. Кучинский В.А. Структурный эффективный менеджмент и его персоналом в условиях инновационного развития / В.А. Кучинский // Вестник Национального технического университета "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 121-124.
4. Кучинский В.А. Инновационная приемчивость персонала как основа экономического развития предприятия / В.А. Кучинский, О.М. Гуцан, Д.Ю. Крамской // Вестник Национального технического университета "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2019. – № 24. – С. 110-116.
5. Кучинский В.А. Повышение эффективности процесса управления продуктивностью труда на предприятии / В.А. Кучинский // Вестник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2012. – № 15. – С. 162-168.
6. Кучинский В.А. Визначення напрямків розвитку кадрового потенціалу підприємства / В.А. Кучинський, О.В. Мазенков, І.С. Локтіонова // Вестник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2014. – № 33 (1076). – С. 148-154.
7. Гуцан О.М. Наукометрична систематизація теоретичних підходів до формування мотивації / О.М. Гуцан, В.А. Кучинський, Д.Ю. Крамской // Вестник Национального технического университета "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2019. – № 23. – С. 106-110.

ФОРМУВАННЯ І ЕФЕКТИВНЕ ВИКОРИСТАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Кучинський В.А., Більбасова А.О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Основою економічного розвитку суспільства в цілому, так і окремих підприємств, є люди (працівники), потенціал яких в сучасних умовах реалізується у формі людського капіталу, формування і використання якого, з метою ефективного управління, є першочерговим завданням для більшості підприємств [1-2]. На сьогодні, людський капітал є основною цінністю суспільства, визначальним чинником інноваційного розвитку та економічного зростання, оскільки конкурентні переваги досягаються не тільки за рахунок матеріальних ресурсів, а в результаті накопичення і використання знань, інформації, інновацій, джерелом яких виступає людина [1-5].

Найважливішою умовою підвищення конкурентоспроможності сучасного підприємства є формування високорозвиненого людського капіталу, здатного продукувати не тільки нові знання, а й конкурентні переваги у будь-яких сферах діяльності [3].

Ефективність управління в умовах інноваційного розвитку підприємства висуває підвищені вимоги до підходів в управлінні людським капіталом, що забезпечується застосуванням інноваційних технологій [4-5].

Ефективність використання людського капіталу визначається, співвідношенням результату, що характеризує ступінь досягнення мети (економічної, соціальної), до кількості і якості реалізованих здібностей персоналу з його досягненнями. Причому ефективність використання людського капіталу необхідно розглядати в двох площинах: по-перше, як ефективність роботи безпосередньо персоналу підприємства [6]; по-друге, з позицій ефективності управління формуванням і реалізацією людського капіталу [1-2,6].

Література:

1. *Перерва П.Г.* Розвиток ринкового потенціалу підприємств на основі ефективного формування і використання людського капіталу / *П.Г. Перерва, В.А. Кучинський* // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2019. – № 3 (9). – С. 101-110.
2. *Кучинський В.А.* Складові ефективного управління підприємством і його персоналом в умовах інноваційного розвитку / *В.А. Кучинський* // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 121-124.
3. *Кучинський В.А.* Визначення напрямків розвитку кадрового потенціалу підприємства / *В.А. Кучинський, О.В. Мазенков, І.С. Локтіонова* // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2014. – № 33 (1076). – С. 148-154.
4. *Кучинський В.А.* Оцінка і розвиток інноваційного потенціалу підприємства / *В.А. Кучинський, А. Д. Гайдукова* // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2014. – № 65 (1107). – С. 137-145.
5. *Кучинський В.А.* Розвиток інноваційного потенціалу підприємства в сучасних умовах / *В.А. Кучинський, О.Ю. Крамської, А.О. Андрушенко* // Вестник Нац. техн. ун-та "ХПІ" : зб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2009. – № 6. – С. 70-74.
6. *Гуцан О.М.* Наукометрична систематизація теоретичних підходів до формування мотивації / *О.М. Гуцан, В.А. Кучинський, Д.Ю. Крамської* // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2019. – № 23. – С. 106-110.

ЗНАЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Кучинський В.А., Колотюк Ю.С.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Ефективність управління персоналом суттєво залежить від поведінки людей, їхніх ціннісних орієнтацій, інтересів, міри задоволення роботою тощо. Створення єдиної системи цінностей, норм і правил, тобто корпоративної культури організації, сприяє поєднанню цінностей та пріоритетів працівників, структурних одиниць і підприємства в цілому, зосередженню спільних зусиль на досягненні стратегічних цілей, забезпеченню бажаної ефективності виробництва [1].

Корпоративна культура є одним із важливих елементів процесу управління персоналом. Важливими функціями сучасної корпоративної культури є: виховна, мотивувальна, селективна, комунікативна, керівна, стабілізаційна, захисна, оптимізаційна [1-5].

Одночасно корпоративну культуру можна розглядати і як інструмент управління персоналом, і як середовище в якому здійснюється цей процес [5-7]. У розвинутому і сприятливому культурному середовищі значно легше розв'язувати різноманітні і складні питання управління персоналом, адже людей об'єднує спільність інтересів, норм поведінки, правил, цінностей і традицій [1-2, 7]. І навпаки, недосконале культурне середовище, зокрема, ставлення роботодавця до працівників лише як до джерела власних прибутків, скоріше роз'єднують, ніж об'єднують колектив, не викликають у працівників позитивних емоцій, бажання виявляти ініціативу, творчо ставитися до посадових обов'язків [1-2, 7].

Література:

1. Управління персоналом : підручник / [В. М. Данюк, А. М. Колот, Г. С. Суков та ін.] ; за заг. та наук. ред. к.е.н., проф. В. М. Данюка. — К. : КНЕУ; Краматорськ : НКМЗ, 2013. — 666 с.
2. *Перерва П.Г.* Розвиток ринкового потенціалу підприємств на основі ефективного формування і використання людського капіталу / *П.Г. Перерва, В.А. Кучинський* // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2019. – № 3 (9). – С. 101-110.
3. *Кучинський В.А.* Складові ефективного управління підприємством і його персоналом в умовах інноваційного розвитку / *В.А. Кучинський* // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 121-124.
4. *Кучинський В.А.* Інноваційні технології в менеджменті персоналу і управлінні виробничими системами / *В.А. Кучинський* // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 127-130.
5. *Кучинський В.А.* Визначення напрямків розвитку кадрового потенціалу підприємства / *В.А. Кучинський, О.В. Мазенков, І.С. Локтіонова* // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2014. – № 33 (1076). – С. 148-154.
6. *Кучинський В.А.* Розвиток інноваційного потенціалу підприємства в сучасних умовах / *В.А. Кучинський, О.Ю. Крамської, А.О. Андрущенко* // Вестник Нац. техн. ун-та "ХПІ" : сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2009. – № 6. – С. 70-74.
7. *Гуцан О.М.* Наукометрична систематизація теоретичних підходів до формування мотивації / *О.М. Гуцан, В.А. Кучинський, Д.Ю. Крамської* // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2019. – № 23. – С. 106-110.

РОЛЬ І МІСЦЕ ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Кучинський В.А., Неманіхіна Н.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Трудову діяльність людини можна розглядати в наступних аспектах: як процес реалізації здібностей, знань, умінь, навичок працівника; як сукупність дій під час виконання певних обов'язків; як втілення, матеріалізація якостей працівників і їх трудової поведінки в результатах. Для забезпечення ефективності використання персоналу, необхідно постійно контролювати і коректувати всі аспекти трудової діяльності. Використання оцінки персоналу істотно впливає на ефективність трудової діяльності персоналу та діяльності підприємства в цілому. Виявляючи ступінь невідповідності фактично досягнутих рівнів виконання очікуваним, менеджери можуть розробити конкретні управлінські рішення, заходи, спрямовані на поліпшення як загальних, так і індивідуальних результатів роботи [1-2].

Значення оцінки персоналу для забезпечення ефективного процесу управління персоналу в наступному: 1) прийняття кадрових рішень про найм, підвищення (зниження) по службі, переміщенні на іншу роботу, перепідготовки й перекваліфікації, припиненню трудового договору, заохочення або покарання [3]; 2) забезпечення керівників різних рівнів управління необхідними даними про роботу своїх підлеглих [4]; 3) ознайомлення усіх оцінюваних працівниках з даними про їхні індивідуальні досягнення і недоліки [3-4]; 4) передбачає взаємозв'язок матеріальної винагороди й морального заохочення із трудовою поведінкою й результатами праці, і таким чином орієнтує персонал на поліпшення діяльності в напрямку, який забезпечує стабільність і конкурентоспроможність підприємства [5].

Таким чином, оцінка персоналу є обґрунтованою основою реалізації багатьох функцій управління персоналом, таких як добір, мотивація, розвиток персоналу, і основою забезпечення ефективності його трудової діяльності [6].

Література:

1. *Перерва П.Г.* Розвиток ринкового потенціалу підприємств на основі ефективного формування і використання людського капіталу / *П.Г. Перерва, В.А. Кучинський* // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2019. – № 3 (9). – С. 101-110.
2. *Кучинський В.А.* Складові ефективного управління підприємством і його персоналом в умовах інноваційного розвитку / *В.А. Кучинський* // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 121-124.
3. *Кучинський В.А.* Розробка та застосування якісних нормативів праці як основа підвищення ефективності роботи підприємства / *В.А. Кучинський, Д.Ю. Крамської* // Бізнес інформ. – 2013. – №4. – С. 293-298.
4. *Кучинський В.А.* Інноваційна сприйнятливість персоналу як основа економічного розвитку підприємства / *В.А. Кучинський, О.М. Гуцан, Д.Ю. Крамської* // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2019. – № 24. – С. 110-116.
5. *Кучинський В.А.* Визначення напрямків розвитку кадрового потенціалу підприємства / *В.А. Кучинський, О.В. Мазенков, І.С. Локтіонова* // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2014. – № 33 (1076). – С. 148-154.
6. *Кучинський В.А.* Розвиток інноваційного потенціалу підприємства в сучасних умовах / *В.А. Кучинський, О.Ю. Крамської, А.О. Андрущенко* // Вестник Нац. техн. ун-та "ХПІ" : сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2009. – № 6. – С. 70-74.

ВПЛИВ МОЖЛИВОСТЕЙ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА НА СТРАТЕГІЮ ЙОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ

Кучіна С.Е.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут» м. Харків*

У роботі розглянуто застосування на практиці для стратегічного планування поняття «економічний потенціал підприємства». Економічний потенціал підприємств матеріальної сфери являє собою їх здатність забезпечувати максимально можливий рівень виробництва продукції (робіт, послуг)[1,3]. В основу такого потенціалу закладені матеріальні, природні, трудові, інформаційні та фінансові ресурси[2]. Економічний потенціал підприємства з деякою часткою умовності можна розділити на майновий, інтелектуальний і фінансовий. Майновий потенціал визначає матеріальні ресурсні можливості підприємства і характеризує сукупність засобів, необхідних для досягнення основних цілей бізнесу. Інтелектуальний потенціал – це інтелект персоналу, здатність раціонального пізнання можливостей використання всіх видів ресурсів для успішного функціонування підприємства. Фінансовий потенціал - монетарні активи, що мають фіксовану грошову вартість [4,5] . Від наявності, стану і використання грошових коштів залежить насамперед платоспроможність підприємства, його можливість погашати кредити. Економічний потенціал - це шанс отримати прибуток у майбутньому. Існуючий та майбутній потенціал підприємства впливає на можливість довгострокового існування підприємства. Ліквідність, платоспроможність, фінансова стійкість, прибутковість діяльності та інвестиційна привабливість залежать від уміння використовувати майнові та ресурсні можливості бізнесу.

Саме на цьому має бути в першу чергу зосереджено увагу стратегічного контролінгу. В останні роки крім оціночних показників фінансової успішності бізнесу застосовують величину економічної доданої вартості підприємства. Вона є модернізованим показником економічного прибутку і може бути представлена як підсумковий оціночний показник, який формується під впливом багатьох факторів, частина з яких не піддається регулюванню на рівні підприємства[6]

Література:

1. Ивашкевич В.Б. Стратегический контролинг : учеб. пособие / В.Б. Ивашкевич. - М. : Магистр, ИНФРА-М, 2015. – 216С.
2. Гравшіна І. Н. Конкурентна стратегія в системі управління конкурентоспроможністю підприємства // Молодий вчений. - 2013. - №6. - С. 296-298.
3. Данько Т.П. Управление маркетингом, учебник. ИНФРА-М, 2001.-334 с.
4. Гребець О.Б. Напрями використання системи контролінгу на машинобудівних підприємствах / І.М. Крейдич, О.Б. Гребець // Проблеми підвищення інфраструктури. Фаховий збірник наукових праць (економічні науки). – К.: НАУ, 2012. –№36. –С.41–43.
5. Кучіна С.Е., Кітченко О.М. Системний підхід до визначення складових стратегічного контролінгу / С.Е.Кучіна, О.М. Кітченко // Вісник Національного технічного університету “Харківський політехнічний інститут”. – Харків: НТУ “ХПІ”, 2016. – № 27 (1199). – С. 68-73.
6. Наукова бібліотека дисертацій і авторефератів disserCat <http://www.dissercat.com/content/otsenka-finansovykh-riskov-dlya-obespecheniya-finansovoi-ustoichivosti-predpriyatiya>.

ДІАГНОСТИКА СТАНУ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ВИРОБНИЧИХ ФОНДІВ

Кучіна С.Е., Литвинов А.Ю.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут» м. Харків*

У роботі розглянуто методику аналізу та діагностики показників технічного стану основних виробничих фондів. Технічний прогрес і ринкові відносини постійно спонукають підприємство оновлювати свої основні фонди і виробничі потужності, а також прагнути до більш повного їх використання.[1] Недовикористання основних фондів - це не тільки втрати в обсязі продукції, але ще і втрати основних засобів, які морально застарівають і не можуть бути використанні у зв'язку зі зміною номенклатури виробленої продукції.

Аналіз основних фондів починається з встановлення їх наявності, динаміки, складу і структури. В цілому за підсумком визначається абсолютна зміна вартості основних фондів за аналізований період, приріст основних виробничих фондів (ОВФ). Потім визначаються темпи зростання ОВФ як величина їх вартості на кінець аналізованого періоду до їх вартості на початок періоду. Далі вивчається склад і структура основних фондів, які характеризуються питомим співвідношенням їх різних груп в загальній вартості ОВП підприємства[1,2].

Діагностику стану, ефективності використання основних виробничих фондів слід виконувати по статичі і динаміці інтегрального коефіцієнту. Даний коефіцієнт в узагальненому вигляді характеризує ефективність функціонування ОВФ. Величина його визначається виходячи з набору наступних приватних коефіцієнтів: коефіцієнта оновлення активної частини ОВФ; коефіцієнта інтенсивності оновлення активної частини ОВФ; коефіцієнта вікового складу; коефіцієнта завантаження діючого обладнання; мультиплікативної і адитивної моделей (на базі вагомості кожного коефіцієнта)[1]. Ефективність використання обладнання визначається за часом його роботи і за якісним показником - середнім виробленням на 1 станко-годину роботи. Для аналізу використовують такі коефіцієнти: коефіцієнт екстенсивного використання устаткування, коефіцієнт інтенсивного використання обладнання, інтегральний коефіцієнт використання обладнання[3]. Діагностика даних коефіцієнтів показує, наскільки ефективно використовувалося обладнання за часом його роботи і по потужності.

Література:

1. Герасимова В.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебное пособие / в.д. Герасимова, Л.Р. Туктарова, О.А. Черняева. – 2-е изд., перераб. И доп. – Москва : КНОРУС, 2018. – 506с.
2. Кучіна С.Е. Методичні засади формування системи показників економічної ефективності виробництва / С.Е.Кучіна, Г.М. Неплох // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». – Харків: НТУ «ХПІ», 2013. – №21(994). – С.146-149.
3. Кучіна С.Е., Троянський Б.С. Особливості розрахунку показників рентабельності. Актуальні питання організації та управління діяльністю підприємств у сучасних умовах господарювання зб. тез доп. дев'ятої наук.-практ. конф., Нац. Академ. Нац. Гвардії України, 28 лист. 2019 р. Харків, 2019. С.96–98. Режим доступу: http://nangu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/12/3T_28.11.19-секція-1.pdf

ЕКОНОМІЧНА ДІАГНОСТИКА ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ларка Л. С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Забезпечення цільового рівня ефективності господарської діяльності підприємства є результатом планування його основних бізнес-процесів. Перед початком планування комплексу цільових показників підприємства необхідно провести економічну діагностику його господарської діяльності.

Економічна діагностика дозволяє визначити ключові фактори впливу внутрішнього та зовнішнього середовищ підприємства на основні сфери управління: виробництво, кадри, фінанси, маркетинг та інновації. Крім того, дослідження економічного порядку підприємства дозволяє визначити алгоритми основних бізнес-процесів, що у свою чергу є джерелом інформації щодо резервів підвищення ефективності використання обмежених ресурсів підприємства. Економічний порядок підприємства виконує функції буферу обміну, який потік вхідної інформації щодо господарської діяльності підприємства трансформує у рекомендації щодо більш раціонального використання потенціалу підприємства [1]. Методичний інструментарій економічної діагностики досить різноманітний, тому особі, що приймає рішення, нескладно обрати саме той методичний підхід, який є доречним у конкретній ситуації [2].

Пропонується такий вигляд проведення економічної діагностики господарської діяльності підприємства:

- визначення цілей економічної діагностики;
- визначення строків діагностики;
- визначення методичного інструментарію економічної діагностики;
- дослідження економічного порядку підприємства;
- оцінювання раціональності використання потенціалу підприємства;
- визначення показників ефективності виробництва, фінансової діяльності, маркетингу, інноваційної діяльності та управління кадрами;
- систематизація результатів;
- складання звіту за результатами економічної діагностики.

Таким чином, загальний алгоритм проведення економічної діагностики господарської діяльності підприємства повинен містити такий етап, як дослідження його економічного порядку та аналіз раціональності використання його потенціалу.

Література:

1. Ларка Л. С. Економічний порядок підприємства та інструменти його підтримування / Л. С. Ларка // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я : тези доп. 26-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2018, [16-18 травня 2018 р.] : у 4 ч. Ч. 3 / ред. Є. І. Сокол. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – С. 179.
2. Тульчинська С. О. Економічна діагностика виробничо-господарської діяльності підприємства / С. О. Тульчинська, І. Л. Кухарчук // Сучасні проблеми економіки і підприємництва. – 2013. – № 11. – С. 299 – 305.

ТЕХНОЛОГІЇ ІМІТАЦІЙНОГО МОДЕЛЮВАННЯ FLEXSIM ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Леонова С.В.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Одним з багатьох ефективних інструментів, що використовуються для оптимізації логістичних процесів виступає імітаційне моделювання. Засоби імітації відтворюють реальні умови функціонування підприємства або проектування нового процесу в програмі моделювання. Моделювання дозволяє неінвазивно перевірити можливі рішення та здійснити вибір найкращого з точки зору мінімізації загальних витрат ресурсів. Ефективним засобом побудови імітаційних моделей є програмне забезпечення FlexSim, яке широко використовується для вирішення реальних проблем компанії.

FlexSim - це аналітичний інструмент, що використовується інженерами процесів для прийняття рішень. FlexSim дозволяє імітувати будь-яку логістичну систему, з такою ж кількістю елементів, які вимагає користувач. У програмі моделювання FlexSim можна створювати тривимірні моделі, які представляють реальну систему (підприємство, відділ, склад чи цех). Завдяки опції контролю часу розробник відслідковує весь процес за мінімальні терміни, що прискорює аналіз і одночасно зменшує поточні витрати реальних досліджень.

У модельованих системах відбувається імітація зміни стану її елементів у дискретні моменти часу в результаті конкретних подій. В якості подій (EVENTS) можуть виступати різні ситуації: прибуття порядку/частини, рух товару, початок/закінчення технологічного процесу, несправність/ремонт машини. Кожен етап процесу вимагає постійних або мобільних ресурсів від системи. Прикладом такого ресурсу може бути транспортний засіб, наприклад, навантажувач або транспортер. Приклади станів (STATES) наступні - Машини (бездіяльність, налаштування, обробка, вкл/викл); Черги (порожній, повний); Оператори (задіяні, бездіяльні, керується, використовується); Транспорт (в русі, завантаження, розвантаження). Програмне забезпечення FlexSim дозволяє розробникам та менеджерам дослідити не лише специфіку функціонування системи, а й показує результати альтернативних рішень при зміні логіки потоку. Завдяки цьому менеджер може прийняти до уваги всі причини та наслідки явищ, що виникають у системі. FlexSim дозволяє імпортувати дані з електронних таблиць, наприклад, Excel для зміни параметрів моделі, що спрощує та пришвидшує роботу розробників.

Серед задач логістики, які вирішуються з FlexSim, доцільно виділити наступні: покращення використання обладнання, зменшення часу очікування та розмірів черги, ефективний розподіл ресурсів, усунення проблем із запасами (дефіцитом), мінімізація відходів та браків, вивчення альтернативних інвестиційних ідей, встановлення оптимальних розмірів партії, оптимізація пріоритетів та логіки диспетчеризації товарів та послуг.

Література:

1. 3D Simulation Modeling and Analysis Software. URL: <https://www.flexsim.com> (дата звернення: 23.02.2020).

ДОДАТКОВІ ЗАСОБИ З ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Линник О.І.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Для підвищення конкурентоспроможності закладів готельного господарства, поряд із основними, пропонується широкий спектр додаткових послуг. З розвитком ділового туризму стали користуватися попитом приміщення готелів, які налаштовані для проведення різноманітних заходів. Ділові заходи вимагають створення у готелях сучасних конференц-комплексів, основу яких складають конференц-зали.

Для підвищення категоризації готелів та доведення їх статусу до категорії «5 зірок» необхідно вирішити питання щодо обладнання приміщень для біологічного відновлення організму та занять спортом. Це – плавальні басейни, бані, тренажерні зали, солярії, масажні кабінети, спортзали, медичні кабінети.

Для залучення як дорослих, так і дітей, використовується ігрове устаткування (для боулінгу, більярду тощо) та паркове устаткування – різноманітні атракціони для дітей, дорослих та всієї сім'ї.

Найбільш поширеними видами додаткових послуг, що надаються закладами готельного господарства, вважаються послуги пральні та хімічного чищення одягу. Послуги перукарні теж входять до додаткових послуг закладів готельного господарства. До цих підприємств відносяться також SPA- салони. Крім стандартних послуг, в SPA- салонах проводяться специфічні процедури. Ці процедури спрямовані на відновлення енергетичного потенціалу людини – релаксацію і реабілітацію (душі, гідромасажні ванни, обгортання тощо).

Більшість готельних закладів мають у складі матеріально-технічної бази різні транспортні засоби, які необхідні для:

- надання послуг із прокату автомобіля, мотоцикла, квадроцикла;
- здійснення трансферів із використанням автомобілів, автобусів, літаків, катерів і т. д.;
- надання можливості клієнтам готелю займатися спортом або розважатися з використанням катерів, яхт, мотодельтапланів і т. д.;
- обслуговування потреб існуючої матеріально-технічної бази готелю, наприклад, території готельного та санаторно-курортного комплексу.

Література:

1. Готельно-ресторанна справа : навч. посібник / Н. В. Якименко-Терещенко [та ін.] ; ред. Н. В. Якименко-Терещенко ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : Планета-Прінт, 2019. – 404 с.
2. Смоліков Р. Ф. Сучасне устаткування та ефективний менеджмент – запорука якісної роботи закладів готельного та ресторанного господарства [Електронний ресурс] / Р.Ф. Смоліков, О. І. Линник, Н. В. Артеменко // Інфраструктура ринку : електрон. наук.-практ. журн. – 2018. – Вип. 24. – С. 257-261. – URI: http://market-infr.od.ua/journals/2018/24_2018_ukr/45.pdf.

МІСЦЕ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ У СИСТЕМІ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ

Литвинова А.В., Соколова Л.В.

Харківський національний університет радіоелектроніки, м. Харків

У класичній економічній теорії ми завжди маємо на увазі що людина діє виключно раціонально, враховуючи всі можливі ризики і максимізуючи власну вигоду. Однак реальне життя набагато складніше простої економічної моделі, а людина найчастіше приймає рішення спираючись не на логічних висновках, а скоріше під дією емоцій, моральних принципів і переконань.

Існує введене Річардом Талером поняття як «ефект володіння» (endowment effect), який проявляється в тому, що людина більше цінує ті речі, якими вже володіє. У класичному експерименті, проведеному на базі Корнельського університету, студенти частіше відмовлялися змінювати заздалегідь подаровані їм чашки на шоколадки, хоча, коли їм пропонували просто вибрати між чашкою і шоколадкою, ніяких особливих переваг вони не виявляли.

У своїх працях Річард Талер і його однодумці (лауреати Нобелівської премії з економіки Даніель Канеман і Гері Беккер, Метью Рабін і ін.) Показали, що люди далеко не завжди поведуться так, як це бачить стандартна економічна теорія. Споживачі, наприклад, по-різному ставляться до одних і тих же грошових сум в залежності від джерел, з яких отримано ці гроші (зарплата, відсоток на внесок, виграш у лотереї, подарунок і т.д.).

Також, Даніель Канеман виявив таке явище як «неприйняття втрат»: наприклад, вам пропонують гру з підкиданням монети. Якщо випаде решка ви втрачаєте 100 доларів, якщо орел – виграєте 150 доларів. Чи погодитесь ви брати в ній участь? Швидше за все ви відмовитесь, як і більшість людей. Для більшості з нас страх втрати 100 доларів сильніше надії отримати 150. З безлічі подібних спостережень було зроблено висновок, що "втрати здаються більше виграшу" і що у людей існує " неприйняття втрат ".

Результати всіх цих дослідів наштовхнули економістів усього світу на державному та місцевому рівнях впроваджувати теорію «підштовхування», тобто долучати певні стимули для того, щоб люди приймали певні рішення.

Отже, з цього усього можна зробити висновок, що психологічні чинники, безперечно, впливають на прийняття нами будь-яких економічних рішень і грають вагому роль в процесі функціонування економічних теорій на практиці. За допомогою використання цих знань можна вирішити багато проблем як в Україні, так і в інших державах світу (сплата податків, скорочення продажу тютюнових виробів, боротьба з антисоціальною поведінкою на вулицях і т.д.).

Література:

1 Талер Р. Нова поведінкова економіка. Чому люди порушують правила традиційної економіки і як на цьому заробити / Річард Талер., 2017. – 368 с.

2 Partington R. What is behavioural economics? [Електронний ресурс] / Richard Partington. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.theguardian.com/world/2017/oct/09/what-is-behavioural-economics-richard-thaler-nobel-prize>.

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

Лихолат С.М.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Міжнародний маркетинг являє собою цілісну систему міжнародної економічної діяльності, яка націлена на вирішення потреб споживачів за межами країни в двох або більше країнах та передбачає аналіз орієнтованих на міжнародний ринок процесів, їх планування, реалізацію, координацію, а також контроль.

Різновидами міжнародного маркетингу є:

- експортний (імпортний) маркетинг, який націлений не лише на збутову діяльність але й на створення цінностей для споживачів за результатами проведених маркетингових досліджень і отримання реакції від них щодо рівня задоволеності. До прикладу, компанія Nortex для максимального охоплення цільової аудиторії пропонує чотири версії маркування упаковування замороженої продукції в залежності від країни поставки замороженої продукції;

- багатонаціональний (мультинаціональний) маркетинг націлений на маркетингове дослідження ринкових особливостей обраної країни і розроблення маркетингової програми, яка максимально сприятиме просуванню компанії. Даний вид маркетингу за результатами маркетингових досліджень використовують автомобільні компанії Toyota, Ford та інші. Вони пропонують на різних цільових ринках моделі автомобілів, які максимально задовольняють потреби споживачів окремо обраної країни;

- глобальний маркетинг здійснює пошук аналогій у запитах споживачів на обраному міжнародному ринку з метою формування стандартизованої пропозиції як, до прикладу, це роблять компанії Kodak, Coca-Cola, Levis, Pepsi та інші

Отже, міжнародні маркетингові дослідження – це масив маркетингових інструментів та дій, які націлені на вихід обраної компанії на іноземні ринки та передбачає процес планування міжнародних угод та їх реалізацію з метою задоволення потреб споживачів із врахуванням особливостей обраного ринку і, водночас, сприяє збереженню власної автентичності у поєднанні з поінформованістю про можливі ризики та загрози. Необхідно зазначити, що для міжнародного бізнесу маркетингові дослідження повинні мати системний характер, який враховує необхідність прогнозування маркетингових дій та їх аналіз, стратегічне планування, в т.ч. маркетингових заходів, прийняття відповідних управлінських рішень та контроль за їх реалізацією.

ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Лінькова О.Ю.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Актуальність проблеми. Глобалізація економіки та прискорення розвитку інформаційних технологій ставить перед бізнесом виклики щодо виживання.

Мета дослідження – систематизувати особливості бізнес-планування діяльності підприємства.

Методологія. Дослідженням питання реалізації нових бізнес-ідей малими групами людей займаються як вітчизняні так і закордонні вчена. При цьому недостатня увага приділяється особливостям бізнес-планування в межах діючого підприємства на різних стадіях життєвого циклу.

Бізнес план характеризує модель підприємства в майбутньому.

Провідними особливостями бізнес-планування на підприємстві є:

безперервність процесу планування;

охоплення цілей підприємства;

порушення принципу одно керівництва (призначення керівників бізнес-проектів при збереженні лінійно-функціональних підрозділів);

професійна аналітична підтримка бізнес-ідей та можливості наукового прогнозування результатів;

використання досвіду проектування нових видів діяльності;

страхування максимальної кількості ризиків бізнес-проектів за рахунок операційної диверсифікації;

залучення нових партнерів бізнес-проектів на вигідних умовах.

Аналіз особливостей бізнес-планування на підприємстві на різних стадіях життєвого циклу доводить необхідність проведення організаційних заходів:

створення умов для прояву ініціативи всіма працюючими на підприємстві;

запровадження дій-компенсаторів подвійного підпорядкування;

реалізація маркетингової підтримки нових бізнес-ідей;

комплексний моніторинг результатів діяльності за всіма напрямками.

Висновки. Системна реалізація нових ідей на вітчизняних підприємствах дозволяє максимально використовувати потенціал персоналу та забезпечити гнучкість управління за рахунок прискорення управління змінами.

Напрямок для проведення подальших досліджень: вивчення проблем маркетингу нових бізнес-ідей.

Література:

1. Лукашова Л. В. Мале підприємництво: методологія та практика фасилітації розвитку: монографія / Л. В. Лукашова. – Київ : Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2019. – 448 с.

2. В. Чан Кім, Рене Моборн Стратегія блакитного океану. К. : Книжковий клуб "Клуб Сімейного Дозвілля". – 2016. 384 с.

НЕОБХІДНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СВІДОМОГО СПОЖИВАННЯ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ

Літвиненко О.О., Літвиненко М.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Сучасна Україна займає дев'яте місце у рейтингу «топ-10 засмічених країн світу». Згідно даних Infonews два роки тому країна виробила майже 500 млн тон сміття, з них майже 90 % – небезпечні відходи. За даними агентства, в категорії небезпечні відходи Україна продемонструвала найбільший показник серед 105 країн. У той же час два роки тому в Україні переробили лише трохи більше 3 % сміття [1].

Невтішна статистика: українець в середньому викидає близько одного кілограма сміття, а промислові відходи в розрахунку на одну людину становлять 30 кілограмів в день. 40 % відходів, які регулярно викидаються кожної сім'єю – це «сміття» з супермаркетів: поліетиленові пакети, плівка, тара. Вся ця одноразова упаковка залишається після кожного відвідування магазину, накопичується в будинку або відразу викидається в сміттєвий контейнер.

При цьому функціональне «життя» упаковки недовгострокове, вона швидко потрапляє на звалище. Все це створює величезну проблему: зараз щорічно населення земної кулі збільшується на 1,5–2 %, а обсяг сміттєзвалищ – на 6 %. Тому актуальним є питання зменшення використання у нашому житті пакувальних матеріалів – впровадження концепції свідомого споживання на основі принципу zero waste.

Принцип zero waste (нуль сміття) вперше запроваджено у 2006 році, коли у Великобританії був запущений ритейл-стартап Unpackaged, який надалі перетворився в повноцінний магазин, що пропонує свою продукцію в контейнерах, що легко переробляються.

Даний напрям підсилюється бажанням виробників зменшити собівартість продукції, і відповідно знизити ціни для споживача. Згідно з підрахунками британських вчених, готова упаковка додає до собівартості товару до 40 %. Щоб уникнути зайвих націнок і стимуляції попиту серед споживачів перспективним для вітчизняного бізнесу є відкриття магазинів формату packaging-free – без упаковки. У таких торгових точках продаються продукти на вагу, для яких не потрібна ніяка упаковка. Важливим результатом роботи таких магазинів стане скорочення і харчових відходів, адже люди зможуть взяти стільки їжі, скільки їм треба.

Література:

1. <https://infonews.org.ua/ukraine-v-tope-zamusorennyh-stran/>.
2. Літвиненко О.О. Реалізація підприємницького потенціалу шляхом спроби створення першого власного бізнесу / Літвиненко О.О., М.В. Літвиненко // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». – Х.: НТУ „ХПІ”. – 2018. № 48(1324). – С. 53-59.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ СУБ'ЄКТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Лозова О.В., Покотило А.В.

*ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»,
м. Полтава*

Готельно-ресторанний бізнес – це сфера надання послуг, яка постійно перебуває в полі жорсткої конкуренції, а відповідно кожне підприємство намагається віднайти свої конкурентні переваги. Найбільшою конкурентною перевагою в ринковому середовищі є, на нашу думку, запровадження сучасних ефективних інформаційно-комунікативних систем, які передбачають комплексне управління підприємством та персоналом.

Не зважаючи на свою вартість, інформаційні технології в управлінні суб'єкта ресторанно-готельного бізнесу цілком виправдовують себе. Системи інформаційних технологій, що використовуються в індустрії гостинності мають комплексний характер, складаються, як правило, з комп'ютерної системи бронювання, системи проведення телеконференцій, відеосистем, комп'ютерів, інформаційних систем управління, електронних інформаційних систем авіаліній, електронної пересилки грошей, телефонних мереж, глобальних комп'ютерні системи резервування, інтегрованих комунікаційних мереж, системи мультимедіа, смарт-карток.

Традиційно виділяють такі інформаційні технології в готельно-ресторанному бізнесі:

- глобальні розподільчі системи;
- системи бронювання та резервування;
- послуги інтернету та мобільні системи зв'язку;
- комплексні автоматизовані системи управління підприємством;
- спеціалізовані та універсальні програмні продукти.

Кожен сегмент управління суб'єкта готельно-ресторанного бізнесу інформаційних систем та технологій має величезне значення для всієї інформаційної системи, оскільки кожен елемент перебуває в тісному взаємозв'язку зі всіма складовими системи.

На даний час на ринку існують такі найбільш розповсюджені автоматизовані системи управління суб'єктом готельно-ресторанного господарства, зокрема управління персоналом: «Бос-кадровик», «АІТ: Керування персоналом», «TRIM-персонал», «Персонал-2000», SAP Human Resources, Oracle Human Resources Analyzer, HRM Payroll: ecSpert, «Ділове дос'є. Персонал», Персонал Про, Персонал ВНЗ, Персонал – Бізнес, Кадри та інші.

Існує ще багато програмного забезпечення, але воно займає дуже малу частку українського ринку. Залишається лише вибрати одну з цих систем, але це треба робити з окремим поглядом на підприємство яке хоче впровадити автоматизовану систему керування персоналом, для того щоб підвищувати свою ефективність праці.

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ І ПЛАНУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА

Локтіонова О.С., Геляровська О.А.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Для забезпечення взаємозв'язаного системного функціонування господарсько-економічної системи підприємства необхідно використовувати економіко-математичне моделювання, яке здатне інтенсифікувати управлінські роботи і оптимізувати виробничо-господарську діяльність, оскільки зможе забезпечити швидке і якісне планування, своєчасний облік, структурний аналіз і адекватну оцінку результатів [1-3].

Моделювання процесів включає використання наступних моделей [3-4]:

- 1) матричні – формування початкової і результуючої інформації розрахункового характеру щодо функціонування виробничої системи;
- 2) кореляційні – визначення залежності показників економічної ефективності від показників функціонування виробничої системи;
- 3) імітаційні лінійні – отримання варіантних даних щодо стратегії розвитку господарсько-економічної системи підприємства;
- 4) імітаційні оптимізаційні – визначення оптимальних параметрів розвитку і функціонування господарсько-економічної системи підприємства;
- 5) мережеві – планування процесів функціонування господарсько-економічної системи підприємства.

Інформаційний аспект управління господарсько-економічною системою підприємства може розглядатися як загальна функція управління, пов'язана з отриманням і переробкою інформації про стан і хід процесів, що протікають в ній, має на меті створення бази даних для ухвалення необхідних управлінських рішень про реалізації загальних і конкретних функцій управління [4-6].

Література:

1. Кучинський В.А. Структурні ефективного управління підприємством і його персоналом в умовах інноваційного розвитку / В.А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 121-124.
2. Кучинський В.А. Інноваційні технології в менеджменті персоналу і управлінні виробничими системами / В.А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 127-130.
3. Кучинський В.А. Ефективність організації систем ремонтно-технічного обслуговування обладнання машинобудівних підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 [Електронний ресурс] / Володимир Анатолійович Кучинський ; [наук. керівник С.А. Мехович] ; Харківський політехнічний ін-т, нац. техн. ун-т. – Харків, 2009. – 21 с. – Бібліогр. : с. 16-18. – укр.
4. Перерва П.Г. Розвиток ринкового потенціалу підприємств на основі ефективного формування і використання людського капіталу / П.Г. Перерва, В.А. Кучинський // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2019. – № 3 (9). – С. 101-110.
5. Кучинський В.А. Управління інноваційним потенціалом підприємства / В.А. Кучинський, А. Д. Гайдукова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2015. – № 60 (1169). – С. 17-22.
6. Кучинський В.А. Оцінка і розвиток інноваційного потенціалу підприємства / В.А. Кучинський, А. Д. Гайдукова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2014. – № 65 (1107). – С. 137-145.

ФУНКЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Макєєв Д. О., Ларка Л.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Успішна робота підприємства на цільовому сегменті ринку залежить від якості організації та проведення маркетингових досліджень. Застосування сучасних методичних підходів при проведенні маркетингових досліджень дозволяє підвищити ступінь точності та достовірності отриманих результатів [1]. Необхідність проведення маркетингових досліджень обумовлюється тим, що менеджмент компанії, розробляючи набір маркетингових стратегій, ґрунтується на результатах маркетингових досліджень. Одержуючи достовірну інформацію, можна уникнути помилок, здатних призвести до збитків, до того, як витрати стануть відчутними, вчасно відреагувати на дії конкурентів тощо [2].

Проведення маркетингових досліджень дозволяє провести діагностування маркетингових ситуацій, отримати інформацію щодо потреб споживачів, активності конкурентів, що у свою чергу дозволяє своєчасно реагувати підприємству на ринкові виклики. Мета маркетингових досліджень полягає у перевірці гіпотез, які є ймовірними відповідями на пошукові питання дослідження. Предметом маркетингових досліджень є елементи комплексу маркетингу підприємства. Маркетингові дослідження також відіграють провідну роль в інформаційному забезпеченні маркетингової діяльності підприємства [3].

Таким чином, можна виділити наступні функції маркетингових досліджень:

- розвідувальна (виявлення причин маркетингових проблем підприємства);
- дескриптивна (кількісний та якісний опис маркетингової ситуації), інформаційна (забезпечення вхідною інформацією маркетингову інформаційну систему);
- аналітична (визначення цільових показників маркетингової діяльності; аналіз впливу факторних ознак на результуючу);
- прогностична (сценарії розвитку подій на цільовому сегменті ринку).

Література:

1. Стегура Е. С., Рега М. Г. Роль та методи маркетингових досліджень у роздрібній торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.in.ua/pdf/5_2015/25.pdf
2. Бихнюк І. Маркетингові дослідження у системі маркетингової інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://naub.oa.edu.ua/2017/%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D1%96>
3. Яковлев А. І. Організація інформаційного забезпечення маркетингових досліджень / А. І. Яковлев, Л. С. Ларка // Формування ринкової економіки : зб. наук. пр. – Київ : КНЕУ, 2011. – С. 406-418.

ТЕХНОЛОГІЯ БЛОКЧЕЙН В ІНВЕСТИЦІЙНОМУ ПРОЦЕСІ

Маковоз О.С., Мельник А.О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Розглянуто питання ролі та переваг застосування технології блокчейн в інвестиційному процесі. В умовах цифрового господарства та модернізації національної економіки України з метою рівноправного співробітництва з іноземними партнерами потребують першочергового вирішення питання залучення інвестицій. Водночас, особливої уваги у розвитку цифрового суспільства в Європі надається технологіям блокчейну, які визнаються найбільш рушійним ресурсом трансформації різних секторів функціонування ЄС, оскільки Європейська Комісія через блокчейн-технології прагне позиціонувати Європу як лідера інновацій на міжнародному рівні для забезпечення впливу на глобальне управління, посилення співробітництва у використанні додатків на основі блокчейн / DLT, підтримки міжнародних стандартів та полегшення діалогу між зацікавленими сторонами в галузі та регуляторними органами, особливо для регуляторної бази, що ґрунтується на законодавстві ЄС [1]. Блокчейн – одна з найбільш трендових технологій сьогодення, яка дає змогу відкрити дані й продемонструвати, що вони не зазнали змін, не розкриваючи при цьому персональні дані користувачів. Через прозорість і незалежність від урядів та корпорацій його називають проривом ХХІ ст. [2]. З урахуванням специфіки інвестиційного процесу та необхідності створення безпечних умов залучення інвестицій слід покращити умови та залучити додаткові інструменти цифрового суспільства для застосування технології блокчейн. Особливого значення в цьому напрямі набуває можливість використання технології блокчейн у поєднанні з традиційними фінансовими інструментами, що виконують функцію квазігрошей, і технологією моделювання будівництва (BIM - Building Information Modeling), що дозволяє значно підвищити оборотність капіталу, посилити контроль за освоєнням інвестиційних ресурсів і скоротити операційні витрати для споживачів фінансових послуг [3, с. 27-28].

Таким чином, технологія блокчейн надає можливість безпечно увійти у сучасний ритм інвестиційного процесу.

Література:

1. Кравченко, Д. С. Блокчейн як чинник розвитку цифрового суспільства Європи. *Міжнародні відносини Серія" Політичні науки"*, 2020, 21. http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/download/3897/3552
2. *Как власти Москвы внедряют блокчейн в городские проекты.* URL: <https://rb.ru/opinion/blockchain-moscow/>.
3. Сартбаев, М. М. Возможности использования технологии блокчейн для контроля освоения государственных инвестиций и финансирования оборотного капитала корпораций и субъектов МСБ. *Инновационно-предпринимательское образование в контексте повышения качества жизни: Материалы международной научно-практической конференции 12 декабря 2018 г.: в 3-х частях.* Алматы: Университет «Туран», 2019. С. 25-29.

МІЖНАРОДНИЙ РУХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Максименко Я.А.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Розвиток національної економіки залежить від ряду факторів, серед яких важливу роль відіграють технологічні, пов'язані як з розвитком і впровадженням технологій всередині країни, так і залученням технологій з-за кордону. Про масштаби участі України в міжнародному русі технологій свідчать наступні дані. Експорт роялті та інших послуг, пов'язаних з використанням інтелектуальної власності в 2019 році становив 53043,9 тис. дол., або 0,3 % від загального обсягу експорту послуг, а імпорт – 544891,5 тис. дол., або 8,3 % від загального обсягу імпорту послуг. Порівняно з 2018 роком експорт даних послуг зріс на 23,9 %, імпорт – на 10,5 %. Найбільше експортувалось і імпортувалось послуг, пов'язаних з ліцензійною діяльністю, при цьому експорт становив 33450,0 тис. дол., імпорт – 227564,4 тис. дол. Експорт послуг франшизи та використання торгової марки становив 5517,4 тис. дол., імпорт – 216650,1 тис. дол.; експорт послуг, пов'язаних з патентною діяльністю – 9408,6 тис. дол., імпорт – 520,2 тис. дол.; експорт інших роялті – 4667,9 тис. дол., імпорт – 100156,8 тис. дол. Баланс даних послуг характеризується від'ємним сальдо, окрім послуг, пов'язаних з патентною діяльністю [5].

Необхідним є створення умов для реалізації потужного інтелектуального потенціалу України, де важливу роль відіграє забезпечення достатнього і стабільного фінансування інноваційної діяльності за рахунок державних і іноземних коштів [2]. Збільшенню кількості технологій сприяють прямі іноземні інвестиції [1, 4], для залучення яких необхідно створення відповідних умов, серед яких режим плаваючого валютного курсу, який дає можливість інвесторам увійти на український ринок [3]. Реалізація даних заходів сприятиме активізації участі України в міжнародному переміщенні технологій і розвитку національної економіки.

Література:

1. Дяченко Т. А. Методичний підхід до розробки конкурентних стратегій промислових підприємств з надання ремонтних послуг [Електронний ресурс] / Т.А.Дяченко // Ефективна економіка. –2015. –№9. –Режим доступу до журн. : www.economy.nauka.com.ua.
2. Максименко Я. А. Інноваційна діяльність в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку / Я. А. Максименко // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки / гол. ред. О. В. Олійник. – Харків : ХНАУ, 2018. – № 1. – С. 231-238.
3. Максименко Я. А. Проблема курсообрання в Україні / Я. А. Максименко, В. В. Шпитальний // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2016" : тр. 12-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2016 р. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – С. 104-107.
4. Максименко Я. А. Украина в процессах международного движения капитала: проблемы и пути решения / Я. А. Максименко, Д. О. Побережный // Переяславская рада: ее историческое значение и перспективы развития Восточно-славянской цивилизации : сб. науч. тр. : по материалам 3-й Междунар. науч.-практ. конф., 18-19 декабря 2008 г. / ред. А. Г. Романовский, Ю. И. Панфилов. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2009. – С. 161-165.
5. Структура зовнішньої торгівлі послугами за видами у 2019 році [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державної служби статистики України. – 2019. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/zd/ztp_kv/ztp_kv_u/ztp_kv_2019_u.html.

МОДЕЛЬ ОПЛАТИ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ СОЗ УКРАЇНИ

**Мамчин М.М., Колядич М.М., Фуртак І.І.Паробецька І.М.
Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів,
ЛНМУ імені Данила Галицького, м. Львів**

В роботі розглянуто питання створення систем керованої медичної допомоги, яка полягає в необхідності розробки нової моделі оплати медичних послуг, при якій лікарі були б матеріально зацікавлені в ретельному плануванні надаваних ними послуг. Нові інтегровані системи являють собою не тільки узгоджено діючими структурами надання медичної допомоги пацієнтам, а й дозволяють матеріально зацікавити лікарів в наданні послуг найвищої якості за мінімально можливою ціною. Для успішного функціонування системи інтегрованих медичних послуг необхідні ретельно опрацьовані стимули, завдяки яким поетапна оптимізація була б економічно вигідною для всіх зацікавлених сторін. Наприклад, у випадках, коли за рахунок інтеграції вдається скоротити загальну вартість медичних послуг, зекономлені кошти можуть розподілятися між усіма учасниками - це спонукає їх прагнути до досягнення спільної мети. Іноді успішна інтеграція медичного обслуговування може зумовити зменшення доходів деяких зацікавлених сторін. Наприклад, коли деякі види медичного обслуговування передаються в первинну ланку охорони здоров'я, в госпітальних установах потік пацієнтів скорочується, що призводить до зниження доходу. Тому що фінансують організації поряд з інтеграцією медичного обслуговування вживають заходів до того, щоб допомогти лікарням скоротити додаткові витрати і таким чином збільшити прибуток. Слід зауважити також, що в системі інтегрування керованої медичної допомоги акцент зусиль медичних установ в роботі по збереженню здоров'я пацієнта починає зміщуватися з лікування захворювань на їх профілактику, тому що їх фінансовий стан безпосередньо залежить від рівня здоров'я взятого на облік населення. Тому організації охорони здоров'я мають всі стимули, в тому числі і фінансовий, для вкладення коштів в основи здоров'я пацієнта, в удосконалення методів ранньої діагностики захворювань та інші профілактичні заходи. На "вході" в цю систему діють певні умови забезпечення якості. Головне з них - інформація про емпірично доведеною кращою клінічній практиці, що включає клінічні та економічні показники. Засновані на цій інформації клінічні протоколи та керівництва рекомендують медичні втручання з найбільшою клініко-економічною ефективністю. Щоб скоординувати надання медичних послуг незалежно від того, хто і де їх надає, учасники використовують локальні клінічні протоколи (медичні маршрути пацієнтів), складені на основі фактичних даних з урахуванням передових методів роботи. Всі члени міждисциплінарних груп, включаючи сімейних лікарів, повинні слідувати цим протоколам і обґрунтовувати причини можливих відхилень. У протоколах чітко визначені вимоги до кваліфікації, необхідної для виконання кожної медичної процедури.

УПРАВЛІНСЬКИЙ АУДИТ ЯК РІЗНОВИД ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ

Мардус Н.Ю.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Аудиторський контроль - невід'ємна функція управління, де користувачами інформації цього виду аудиту є користувачі (працівники управління) [1-3].

З результатами попередніх досліджень [4-9] встановлено, що виникає необхідність в управлінському аудиті, який є різновидністю внутрішнього аудиту і здійснюється з метою розробки рекомендацій щодо економії та ефективного використання ресурсів для досягнення кінцевого фінансового результату господарської діяльності підприємства, вдосконалення чинної системи обліку і контролю за процесами виробництва. У практичній діяльності зарубіжних країн управлінський аудит зазвичай здійснюють внутрішні аудитори. Якщо на підприємстві відсутня служба внутрішнього аудиту або недостатня кваліфікація внутрішніх аудиторів, то для виконання цього виду послуг можна залучати зовнішніх аудиторів.

Управлінський аудит — це процес вивчення й оцінка господарських явищ і фактів з метою надання рекомендацій управлінню суб'єкта господарської діяльності щодо економічного й ефективного використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, досягнення кінцевого фінансового результату і програмних цілей; здійснює перевірку достовірності звітних даних, балансів, законності господарських операцій, аналіз фінансового стану, і водночас надає консультаційні послуги з економіки, права, фінансів, обліку тощо [4-9]. Отже, управлінський аудит, як невід'ємна частина внутрішнього контролю, є необхідним, як для виконання контрольних функцій, так і для аналізу, розробки та запровадження заходів по усуненню недоліків і рекомендацій щодо підвищення ефективності управління підприємством.

Література:

1. Мардус Н.Ю. Вивчення перспектив розвитку аудиту в Україні. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доп. 25-ї міжн. наук.-практ. конф. MicroCAD 2017, Ч. 3. Х.: НТУ "ХПІ", 2017. С. 223.
2. Мардус Н. Ю. Підвищення якості внутрішнього аудиту як елементу системи управління підприємством.: зб. наук. пр. Дніпро: НМетАУ, 2017. С. 371-373.
3. Мардус Н.Ю, Фальченко О.О. Аудит : навч. посіб. Х. : НТУ“ХПІ”, 2014. 178 с.
4. Мардус Н.Ю. Обліково-аналітичне забезпечення підприємств готельно-ресторанної справи як елемент управління фінансово-економічною безпекою. Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні. Умань, 2018. С. 258.
5. Мардус Н.Ю. Аспекти організації обліку і фінансової звітності. Наук. вісник ХДУ.2014. 6. Мардус Н.Ю. Облік та аудит фінансових результатів підприємства. Наука і освіта—запорука розвитку економіки. Х.: НТУ "ХПІ", 2016. С. 23-25.
7. Мардус Н. Ю., Корсунова К.Ю. Сутність фінансових результатів підприємства і визначення їх місця у обліку, аудиті та аналізі. Інноваційно-інвестиційне забезпечення сталого соціально-економічного розвитку України : кол. монографія. Х.: НТУ "ХПІ", 2017. Розд. 1. С. 29-37.

МОДЕЛЬ ПРОЦЕСУ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМИ ІННОВАЦІЯМИ

Мартиненко А. В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В сучасних умовах основним фактором економічного зростання країни є прискорений розвиток інноваційних процесів, який базується на ефективному використанні інтелектуального та науково-технічного потенціалу. Інтелектуалізація наукових і виробничих процесів супроводжується витісненням із світових ринків застарілих технологій і появою нових, які засновані на перспективних знаннях та відповідають потребам часу [1]. Для того, щоб залишатися на ринку та бути конкурентоспроможним, кожне підприємство повинно прогнозувати життєвий цикл інноваційного товару, проводити фінансово-економічний аналіз своєї діяльності та не дозволяти собі запускати збиткові проекти, оскільки це може призвести до їхнього банкрутства [2].

Одним з елементів управління інноваціями на підприємствах, як в дослідженні, так і на практиці, є моделі процесів. Вони виконують різні завдання, наприклад, на практиці моделі процесів використовуються як інструмент управління для стандартизації діяльності в області розвитку. Інноваційний процес – це послідовний ланцюг етапів, в ході яких інновації втілюються, починаючи від ідеї до конкретних продуктів [3]. Інноваційний процес традиційно розуміється як заздалегідь визначена послідовність фаз: генерування ідеї, вибір, розвиток та запуск, розповсюдження, продаж. Однак, спираючись на наявність ризиків та надзвичайних ситуацій інноваційний процес може йти за різними шляхами та потребує здійснення періодичного контролю ефективності на всіх стадіях життєвого циклу товару. Через відповідні проміжки часу в кінці кожної стадії необхідно приймати рішення про доцільність продовження розробки.

Виходячи з цього, оцінка ефективності промислових інновацій, процесів та якісний відбір інноваційних проектів мають високе практичне значення в управлінні промисловим підприємством [4].

Література:

1. Кужель Е.В. Інтелектуальна власність як складова інноваційного середовища в регіонах / Е.В. Кужель // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 6. – С.185-190.
2. Мартиненко А.В. Управління інноваційним товаром на різних стадіях життєвого циклу / А.В. Мартиненко // Інноваційний розвиток та безпека підприємства в умовах неоіндустріального суспільства: [матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (31 жовтня 2019 р.)] / відп. ред. О. М. Полінкевич, Л. В. Шостак. – Луцьк. – 2019. – С.112-113.
3. Ковтуненко К.В. Інноваційний процес та інноваційна діяльність як рушійна сила формування інтелектуального капіталу промислового підприємства / К.В. Ковтуненко // Економіка. Управління. Інновації. – 2013. – № 1(9) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/eui/2013_1/pdf/13kkvkpp.pdf
4. Кравчук А.В. Аналіз існуючих методів економічної оцінки ефективності промислових інновацій / А.В. Кравчук // Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. – Випуск 2/2019 (115). – 2019. – С.69-78.

БАЗОВІ ПАРАМЕТРИ ДЛЯ АНАЛІЗУ ВИТРАТ НА ЯКІСТЬ

Маслак О.І., Скляр М.О.

*Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського,
м. Кременчук*

Управління витратами на якість на машинобудівних підприємствах є важливим елементом системи якості [2]. Для прийняття результативних управлінських рішень щодо якості необхідні результати зміни витрат на якість у часі відносно деякого параметра – бази. На етапі впровадження управління витратами на якість необхідно визначити базові параметри для їх аналізу. Відношення сумарних витрат на якість до бази характеризує індекс витрат на якість, який можна нанести на графік та оцінити результати управління витратами на якість у часі [1, 3].

Часто використовуються наступні індекси витрат на якість [1]:

- внутрішні втрати від невідповідностей у відсотках до сумарної собівартості виробленої продукції;
- зовнішні втрати від невідповідностей у відсотках до середнього чистого обсягу продажів;
- сумарні витрати на якість у відсотках до собівартості продукції;
- витрати на контроль у виробництві у відсотках до сумарної собівартості продукції.

При виборі бази для аналізу витрат на якість слід виходити із специфіки роботи організації, періоду оцінки (довгостроковий, короткостроковий) та обирати чутливий до змін параметр, який характерний для сфери діяльності. Використання декількох баз для аналізу витрат на якість підвищує ефективність управління даними витратами та впливу на аспекти їх формування, які потребують поліпшення.

В умовах кризи в економіці та спаду виробництва для машинобудівних підприємств слід розглядати наступні бази для аналізу витрат на якість:

- собівартість продукції (повна, виробнича, цехова);
- чистий дохід від реалізації продукції або ціна готової продукції;
- кількість виробленої продукції;
- величина оплати праці (загальна, за категоріями працівників).

Література:

1. Дж. Кампанелла. *Економіка якості. Основні принципи і їх застосування* / Пер. с англ. А. Раскина / Науч. ред. Ю.П. Адлер и С.Е. Щепетова. - М.: РИА «Стандарты и качество», 2005. - 232 с.
2. Скляр М.О. *Концептуальні основи управління витратами на якість на машинобудівних підприємствах* // Економіка, управління та адміністрування. – 2019. – № 4 (90). – С. 47–52. URL: <http://ema.ztu.edu.ua/article/view/192563/192836> (дата звернення: 10.03.2020).
3. Emmanuel L., Kannan V.K., Ragnath L. *Quality cost analysis in an industry* / Pakistan Journal of Biotechnology (International Conference on Futuristic Innovations in Mechanical Engineering and Manufacturing Management). – 2017. – Vol. 14, special issue I. – P. 61- 65. URL: [https://www.pjbt.org/uploadspecial/Special-Issue-\(МКСЕ_МЕЧН-17\)-Year-2017-I%20\(15\)](https://www.pjbt.org/uploadspecial/Special-Issue-(МКСЕ_МЕЧН-17)-Year-2017-I%20(15)) (дата звернення: 09.03.2020).

УПРАВЛІННЯ ТРУДОВОЮ КАР'ЄРОЮ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Матросов О.Д., Перець Ю.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В сучасних умовах розвитку підприємств основним завданням управлінців є формування конкурентоспроможного кадрового потенціалу підприємства, мотивація персоналу, утворення сприятливих умов праці для продуктивної роботи [1-3]. Враховуючи це, на будь-якому підприємстві необхідно здійснювати розвиток персоналу [4-5].

Важливим напрямом управління розвитком персоналу є планування кар'єри працівників, їхнього руху за кваліфікаційними або службовими сходинками. Загальні цілі управління кар'єрою полягають у тому, щоб: забезпечити потреби організації в конкурентоспроможному персоналі; дати можливість усім категоріям персоналу проходити безперервне професійне навчання з таким розрахунком, щоб працівники були здатні працювати на тому рівні відповідальності в організації, який вони можуть досягти відповідно до своїх інтересів, мотивів, ціннісних орієнтацій, здібностей, стану здоров'я; сформувати надійний резерв керівників для забезпечення наступності та сталості управління організацією [5-7].

Мотивація персоналу має бути спрямована на те, щоб зробити професійно-кваліфікаційне просування працівника мотивувальним чинником [3-5].

Управління трудовою кар'єрою – це система соціально-економічних і організаційних заходів та інструментів, які забезпечують планування, організацію, мотивацію та контроль професійно-кваліфікаційного просування працівників з урахуванням їхніх потреб, інтересів, схильностей, здібностей і професійної підготовки, а також цілей та потреб підприємства [5, с. 393].

Література:

1. Кучинський В.А. Визначення напрямків розвитку кадрового потенціалу підприємства / В.А. Кучинський, О.В. Мазенков, І.С. Локтіонова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2014. – № 33 (1076). – С. 148-154.
2. Перерва П.Г. Розвиток ринкового потенціалу підприємств на основі ефективного формування і використання людського капіталу / П.Г. Перерва, В.А. Кучинський // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2019. – № 3 (9). – С. 101-110.
3. Кучинський В.А. Складові ефективного управління підприємством і його персоналом в умовах інноваційного розвитку / В.А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 121-124.
4. Кучинський В.А. Інноваційні технології в менеджменті персоналу і управлінні виробничими системами / В.А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 127-130.
5. Управління персоналом : підручник / [В. М. Данюк, А. М. Колот, Г. С. Суков та ін.] ; за заг. та наук. ред. к.е.н., проф. В. М. Данюка. — К. : КНЕУ; Краматорськ : НКМЗ, 2013. — 666 с.
6. Кучинський В.А. Інноваційна сприйнятливість персоналу як основа економічного розвитку підприємства / В.А. Кучинський, О.М. Гуцан, Д.Ю. Крамської // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2019. – № 24. – С. 110-116.
7. Кучинський В.А. Розробка та застосування якісних нормативів праці як основа підвищення ефективності роботи підприємства / В.А. Кучинський, Д.Ю. Крамської // Бізнес інформ. – 2013. – №4. – С. 293–298.

АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНИХ І ПОЛІТИЧНИХ ПЕРСПЕКТИВ УКРАЇНИ

Мащенко М.А., Степаненко Н.О.

*Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
(ХНЕУ ім. С. Кузнеця), м. Харків*

В минулому році Україна мала кілька вагомих приємних зрушень. Рекордний урожай зернових, найбільший в історії приплив коштів нерезидентів в облігації внутрішньої державної позики, темп економічного зростання в II–III кварталах 2019 року становив 4%, також, неочікувано дешевий долар. Рівень інфляції низький, що впритул наближається до довгострокової цілі НБУ 5%.

Але ж нинішні економічні показники в більшій мірі є наслідком нераціональних авансів, які Україна отримала після зміни влади від своїх громадян та іноземців. І якщо аванси не відпрацювати, то зовсім скоро настане розчарування, що може сприяти появі кризових економічних процесів. Усе залежить від державної політики. Щоб вона була успішною, потрібні дві ключові передумови: політичний баланс у широкому розумінні та якісні кадри.

Державну політику у 2020 році потрібно проводити у відповідності з потребами нинішнього історичного моменту. Ситуацію можуть ускладнювати деякі проблеми, успадковані з 2019 року. Дорога гривня суттєво вдарила по багатій кількості виробників, а саме тих, які працюють на експорт. Досліджено зменшення інвестицій у цілих галузях, у яких за нинішніх рівнів валютного курсу та зарплат доходи стали меншими, ніж витрати. Якщо ця тенденція триватиме, вона може трансформуватися в значне зниження темпу приросту ВВП у 2020-му.

Україна знаходиться в руслі глобальної тенденції стагнації промисловості: за три квартали 2019 року обсяг промислового виробництва не змінився, а місячні показники вказують на постійне падіння починаючи з червня. Але ж індустрія займає занадто велику частку в структурі економіки України. І якщо в розвинутих економіках сфера послуг здатна витягнути загальні темпи зростання, то в нашій — ні. Саме дешева гривня могла б пом'якшити ці процеси.

Помітно впала привабливість державних облігацій України. Її може підтримати суттєве підвищення кредитного рейтингу в поєднанні з відношенням міжнародних інвесторів до ризику, притаманного країнам, що розвиваються. А рейтинг зростатиме тільки в результаті послідовних масштабних реформ. Виходить парадоксальна ситуація: зараз більш ефективно для інвестора побудувати підприємство в сусідній країні ЄС, ніж в Україні, і користуватися безпроблемним доступом до електромереж, доступом до значно дешевшого кредитування, зрозумілими правилами введення бізнесу, безпроблемним завезенням продукції в Україну за Угодою про асоціацію з ЄС.

Отже, з метою додання передбачуваності розвитку української економіки необхідно було б запровадження дієвого середньострокового планування. Але, практично застосувати такий підхід в реаліях України досить складно без зменшення вразливості до внутрішніх і зовнішніх шоків.

ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ЯК ПОКАЗНИК ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Мелень О.В., Шилова К.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Фінансові результати діяльності підприємства відображають всі сторони його діяльності, яка в умовах ринку спрямована на отримання максимально можливої економічної вигоди. Фінансовий результат у формі прибутку виступає головною метою будь якого підприємства та одним з ключових показників, який визначає ефективність його діяльності. Інформація про фінансовий результат відображається у фінансових звітах підприємства і є загальнодоступною інформацією для визначення рівня ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства і виступає головним джерелом інформації для потенційних партнерів [3].

На величину прибутку підприємства впливає велика кількість різноманітних факторів. Основу класифікації чинників прибутку складає їх поділ на зовнішні та внутрішні. Найбільший інтерес для вивчення складають внутрішні чинники, бо саме на них підприємство може впливати безпосередньо, й саме вони є найголовнішими важелями впливу на формування прибутку підприємства. Їх глибоке дослідження є основою для прийняття управлінських рішень у сфері управління прибутком [2].

Основними факторами, які забезпечують прибуткову діяльність підприємства є економія затрат живої і уречевленої праці, підвищення техніко-технологічного рівня виробництва, удосконалення структури виробництва, організаційних систем управління, форм і методів організації діяльності, її планування та мотивації, підвищення якості та конкурентоспроможності продукції (послуг), використання ресурсозберігаючих та енергозберігаючих технологій, постійне, систематичне залучення інвестицій та інновацій.

Розуміння сутності фінансового результату діяльності підприємств та прийняття ефективних управлінських рішень щодо подальшого їх розвитку є головною передумовою підвищення ефективності діяльності підприємств і вимагає виявлення резервів збільшення обсягів виробництва і реалізації, зниження собівартості, зростання прибутку.

Література:

1. Шлапак Д.В. Фінансові результати діяльності підприємства: сутність, порядок формування та відображення в обліку / Д.В. Шлапак // [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://economics.opu.ua/files/science/oblik/2016/85.pdf>
2. Янковий О.Г., Кошельок Г.В. Фактори формування прибутку підприємства / О.Г. Янковий, Г.В. Кошельок // [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream>

ПОКАЗНИКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ЕЛЕМЕНТІВ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Мелушова І.Ю.

Харківський державний університет харчування та торгівлі, м. Харків

Ефективне використання маркетингової концепції в торгівлі пов'язане з адаптацією маркетингового комплексу до сфери діяльності конкретного підприємства, підвищенням рівня використання кожного маркетингового інструменту та досягнення ефекту синергії.

Оскільки традиційний комплекс маркетингу 4P не враховує специфічні та унікальні елементи послуги в сфері роздрібною торгівлі, виникає необхідність його модернізації у більш сучасний. Одним із елементів розширеної моделі комплексу маркетингу є Services package (SP – сервісний пакет) [1], у складі якого виділяють: надання додаткових послуг; постійний контроль, удосконалення та впровадження власних стандартів обслуговування клієнтів; застосування засобів з мінімізації часу витраченого на здійснення покупки; забезпечення відповідного візуально-комунікаційного стилю підприємства тощо. Виокремлення елемента SP зумовлює необхідність розробки маркетингових заходів сервісної політики.

Для системного та комплексного оцінювання маркетингової діяльності необхідно проводити інтеграцію показників результативності кожного із п'яти елементів маркетинг-міксу:

P1 – товар (Product): бренд – обізнаність (спонтанна, пригадування з підказкою); асортимент – рівень оновлення; товар – конкурентоспроможність, індекс розвитку товарної категорії.

P2 – ціна (Price): рентабельність продажу; рівень торговельної надбавки в роздрібній ціні; індекс товарообігу, коефіцієнт покриття витрат.

P3 – просування (Promotion): прирощений обсяг продажу за рахунок стимулювання збуту; кількість рекламних контактів; витрати на залучення клієнтів; частка витрат на просування у загальних витратах; «конверсія» в інтернет-маркетингу.

P4 – розподіл (Place): кількість імпульсних покупок; час перебування покупця в магазині; дохід з одиниці простору торгового залу; прирощений обсяг продажу за допомогою мерчандайзингу.

P5 – сервісний пакет (Services package): темп приросту наданих торговельних послуг; рівень торговельного обслуговування покупців; коефіцієнт завершеності покупки; коефіцієнт утримання; коефіцієнт повторних покупок.

Використання наведених показників дозволяє врахувати вплив усіх заходів та інструментів маркетингу на досягнення поставлених цілей підприємств торгівлі.

Література:

1 Савицька Н. Л. Удосконалення комплексу маркетингу у сфері послуг / Н.Л. Савицька, О. В. Жегус, І. Ю, Мелушова, М. В. Михайлова // Scientific letters of academic society of Michal Baludansky. Vol. 5, № 4. Kosice, Slovakia, 2017. P. 116-120.

УДОСКОНАЛЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ФАКТОР-ДРУК»

Мельник М.М.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Внутрішній контроль на ТОВ «Фактор-друк» забезпечує суб'єкт управління інформацією про результати фінансово-господарської діяльності та суттєво впливає на процес підготовки, прийняття та реалізації управлінських рішень. Саме тому належна організація внутрішнього контролю на підприємстві дає можливість здійснювати суцільне спостереження за використанням і збереженням фінансових ресурсів, необоротних та інших активів, ефективним використанням коштів і майна, станом і достовірністю бухгалтерського обліку та фінансової звітності, своєчасно виявляти і попереджати порушення, підвищувати якість та оперативність прийняття управлінських рішень [1, 2]. Офіційні статистичні дані свідчать про те, що у 2017 р. прибутки підприємств збільшилися до 4933,2 млн. грн, порівняно з 4753,9 млн. грн в 2016р., проте в 2018р. зменшилися до 4743 млн. грн. Щодо збитків, то ми бачимо тенденцію до збільшення збитків в 2017 р порівняно з 2016 р. , а в 2018р. вони кардинально змінилися в позитивну сторону та зменшилися до 783,2 млн. грн. Тобто ми спостерігаємо позитивну тенденцію до зменшення збиткових підприємств [3, 4]. Внутрішній контроль фінансових результатів повинен охоплювати моніторинг всієї діяльності підприємства, адже кожна дія, кожна здійснена господарська операція операція прямо чи опосередковано впливає на кінцевий результат господарювання [5]. Саме тому лише для повного та ефективного контролю фінансових результатів недостатнім буде лише проконтролювати правильність обчислення прибутку (збитку), який отримало ТОВ «Фактор-друк» за певний період, проаналізувати причини його зміни в порівнянні з минулим періодом чи плановими показниками, а дуже важливим є попередній та поточний контроль протягом всіх циклів діяльності, що дає змогу оперативно здійснювати вплив на результат господарювання, оцінювати ефективність дій та переглядати прийняті рішення.

Література:

1. Єршова Н. Ю. Шляхи вдосконалення системи внутрішнього контролю на підприємстві. Вісник ДДФА : Економічні науки : наук.-теор. журн. - Дніпропетровськ: ДДФА. 2013. С. 171–176.
2. Бутинець Т.А. Розвиток науки господарського контролю: проблеми теорії, методології, практики: монографія. Житомир: ЖДТУ, 2011. 772 с.
3. Державна служба статистики – Електроний документ. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Єршова Н.Ю. Оцінка стану підприємств промисловості на основі статистичного аналізу. Вісник Харківського національного університету. 2008. № 802. С.68–71.
5. Єршова Н.Ю. Удосконалення методичного підходу до аналізу оборотних коштів як фактору ефективності діяльності промислового підприємства. URL: <http://archive.kpi.kharkov.ua/files/29348/>.

ІНФОРМАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ У ПРОГНОЗУВАННІ ПОЯВИ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Мельниченко Д.О.

Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

У статі розглянуто питання управління технологічними розривами на промислових підприємствах з урахуванням взаємозв'язків впровадження нових технологій та випуском кінцевих інноваційних продуктів. Обґрунтовано роль інноваційного маркетингу як інструмента прогнозування появи нових можливостей технологічного розвитку. При цьому технологія розглядається як елемент організаційної культури. Приділено увагу такому важливому поняттю як технологічний розрив. Визначена необхідність нових технологічних розробок, оцінки ефективного варіанту запуску новітньої технології для нової продукції або послуги.

Глобалізація науково-технічного прогресу носить вибуховий характер і передбачає здійснення усіма галузями промисловості ноостратегічного вибору в області застосування технологій – зберігати нинішні, або переходити на нові. Цілком очевидно, що топ-менеджери повинні вміти оцінити існуючу технологію за допомогою S-кривої, визначити час переходу на нову технологію для більш ефективного протікання технологічного процесу.

На практиці ефективне управління технологічними розривами визначається границею нинішньої технології і своєчасної організації освоєння нової технології в виробничому процесі при виробництві нового продукту з якісно новим рівнем маркетингу.

Таким чином, зростання значення людського фактору в економіці зумовлює наявність у менеджера людського інформаційного мінімуму для підготовки базових людських технологій, які являються основою управлінської гуманітарології. В той же час інноваційна культура при вирішенні задач соціального управління підприємством являється матрицею загальнолюдських вимог до його гуманізації з відновленням духовних цінностей, тобто створює передумови появи нових моделей з інноваційною увагою до соціальних носіїв інноваційного потенціалу.

Вітчизняна економічна наука намагається визначити найбільш ймовірні напрямки нового економічного розвитку держави. Піде стратегічний розвиток по постіндустріальному шляху, чи зумовивши нові тенденції в світових економічних процесах, держава реалізує цивілізовану інноваційну модель української економіки XXI ст.

Зародження інноваційної моделі, яка основана на інноваційних проривах в міжсистемних елементах, можливо при формуванні інтеграційних альянсів в змішаній економіці, які сприяють створенню суб'єктів транснаціонального спілкування на інноваційній основі. При такому розумінні процесу логістики змін стає необхідним пошук закономірностей і виявлення специфіки формування інноваційного рівня соціально-економічних відносин в рамках новітньої моделі цивілізованого розвитку України.

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ

Милько І.П.

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, м.Луцьк

Сучасні умови господарювання призвели до того, що персонал розглядається як важливий ресурс фірми, яким треба грамотно управляти, створювати умови для його розвитку, вкладаючи в нього значні кошти. Тому розвиток персоналу є одним з головних стратегічних напрямів управління підприємством. Основні цілі стратегії розвитку персоналу: підняття престижу підприємства, формування конкурентних переваг підприємства, визначення ключових факторів успіху, розвиток трудового потенціалу підприємства, забезпечення стабільності та ефективності функціонування внаслідок формування оптимальної структури фахівців [1].

Сутність розвитку персоналу, формування стратегій розвитку персоналу, його роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства досліджувались в працях провідних зарубіжних та вітчизняних вчених Коваленка Н., Колпакова В., Крушельницької О., Левченка О., Нікіфорова А., Колпакова В., Грішної О., Черчик Л., Петрової І., Христофорова І., Савченка В., Кузнєцова О., Рогова І., Дрозача М., Травенка О., Ілляшенка А., Прокопенка І. та інших.

Розвиток персоналу повинен бути безперервним, включаючи професійне навчання і професійно-кваліфікаційне просування працівників. Він повинен сприяти зростанню умінь, навичок, знань працівника, підвищувати його інтелектуальний, духовний, професійний рівень. Все це в свою чергу підвищує конкурентоспроможність працівника [3].

Сучасним напрямом розвитку персоналу є управління, засноване на компетенціях. Система лідерських компетенцій компанії може містити: базові компетенції (аналітичні здібності, орієнтованість на клієнта, демонстрація цінностей компанії, орієнтація на результат, міжособистісна ефективність); компетенції росту (комунікація, розвиток людей, функціональна майстерність, знання бізнесу, організаційний вплив, командне лідерство); стратегічні компетенції (компетенція бачення і стратегії, лідерство під час змін, заохочування творчості й інновацій) [1].

Формування і реалізація стратегічних наборів для розвитку персоналу дозволить ефективніше використовувати кадровий потенціал і забезпечити досягнення поставлених цілей організації.

Література:

1.Петрова І.Стратегічне управління розвитком персоналу. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2011. № 5 (50). С. 128-132.

2.Черчик Л.М. Стратегія управління розвитком персоналу. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Луцьк : СНУ імені Лесі Українки, 2013. № 5. С. 77-85.

3.Черчик Л.М. Розвиток персоналу та його роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент». Зб. наук. праць. Випуск 7 (26). Частина 3. Луцьк: ЛНТУ, 2010. С. 307–316.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СЕКТОРУ СОНЯЧНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В ДНІПРОПЕТРОВСЬКІЙ ОБЛАСТІ У 2019 РОЦІ

Мироненко М.А.

Національна металургійна академія України, м. Дніпро

У енергетичній галузі в Україні останніми роками приділяється усе більше уваги питанням розвитку сегменту сонячної енергетики. Розглянемо, які проекти уже введено в експлуатацію, або ж заплановані для будівництва у Дніпропетровській області до кінця 2019 року.

За даними Дніпропетровського інвестиційного агенства станом на початок 2019 року в області працювало чотири сонячних електростанції. Дві поблизу м. Підгороднє, потужністю 2,5 та 2,4 МВт, а також поряд з м. Покров та м. Нікополь, потужністю 4,95 та 10 МВт відповідно [1]. Сумарна потужність цих станцій складає близько 20 МВт.

У планах агенства сприяння у будівництві ще 2-х сонячних електростанцій у Криворізькому та Павлоградському районах Дніпропетровської області, потужністю 10 та 5 МВт відповідно. Будівництво цих сонячних електростанцій заплановано провести за шість місяців, а інвестиції мають скласти 12,7 та 5,6 млн. долл. відповідно.

Термін окупності цих проектів за прогнозом має складати від 5 до 7 років.

Позитивними рисами реалізованих і запланованих проектів у сегменті сонячної енергетики на Дніпропетровщині є зменшення обсягів викидів парникових газів під час виробництва електричної енергії; високі темпи будівництва та низькі витрати на обслуговування зазначених енергетичних об'єктів. Негативною стороною є проблеми із землевідведенням; пошук вільних потужностей у передачі виробленої електроенергії; малі обсяги генерації та залежність від погодних умов.

За планом Державного агенства з енергоефективності та енергозбереження України, до 2020 року половину відновлювальної енергетики вироблятимуть великі ГЕС, понад 22% – вітрові електростанції, 16% – біоелектростанції, ще понад 9% – сонячні станції електроенергії [2].

Хоча наша країна розташована в зоні середньої сонячної інтенсивності, у нас більше сонячних годин, ніж у половині країн Європи. Це безсумнівний плюс із погляду інвестиційної привабливості сегменту сонячної енергетики [3].

Література:

1. Електронний ресурс – [Режим доступу]: www.dia.dp.gov.ua
2. Myronenko M.A., Shramko I.I., Kolisnyk O.A. Ways of innovative development of enterprises of the energy industry of Ukraine under the influence of reforms in the energy market // Innovation Technologies in Economy and Society. Scientific editors Tetyana Nestorenko, Magdalena Wierzbik – Strońska, Rafal Jendrus. Monograph 20, WST, 2018, pp. 68-78. ISBN 978 – 83 – 952000 – 1 – 4. Access from http://www.wydawnictwo.wst.pl/oferta_wydawnicza_oraz_zakup_publicacji/wydawnictwa/
3. Мироненко М.А., Гаврилов М.Л. Пошук шляхів інноваційного розвитку підприємств енергетичної галузі під впливом реформ енергоринку // «Проблеми економіки та політичної економіки», 2018, № 2 (7) – С. 190 – 203.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МУЛЬТИМОДАЛЬНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Мінакова С.М.¹, Мінаков В.М.².

¹Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків

²Одеська державна академія будівництва та архітектури, м. Одеса

Глобалізація економіки і розвиток сучасних ланцюгів поставок зажадали створення транспортного продукту, який би поєднував послуги різних видів транспорту найбільш ефективним і зручним для вантажовідправників чином і формувався, перш за все, виходячи з інтересів вантажу, а не окремих учасників процесу транспортування. Таким продуктом стали мультимодальні перевезення.

Мультимодальні перевезення - це перевезення вантажу, як мінімум, двома видами транспорту, виконана під відповідальністю одного транспортного оператора за єдиним транспортним документом і за наскрізного тарифу.

Взаємодіючі в сучасних ланцюгах поставок відправники та одержувачі товарів часто знаходяться не тільки в різних країнах, але і на різних континентах. Це виключає можливість найбільш простий і зручною прямий доставки товарів "від дверей до дверей" і вимагає створення транспортної ланцюга, в якій вантаж послідовно перевозиться різними видами транспорту. Тим часом багаторічна конкуренція між різними видами транспорту, які ізольовано розвивали і вдосконалювали свої технології та послуги, зробила транспорт в значній мірі роз'єднаною системою, в якій взаємодія в інтересах клієнта було практично неможливо або вкрай утруднено.

На кожному виді транспорту складалася власна нормативна правова база з різними умовами договору перевезення, формами документів та порядком їх оформлення, розмірами відповідальності. Розвиток транспортних технологій було направлено, в першу чергу, на досягнення галузевого ефекту, а не на спрощення міжвидового взаємодії. Тарифні системи і тарифна політика окремих видів транспорту формувалися з метою витіснення і придушення конкурентів, а не для співпраці з ними в інтересах клієнтури. Додаткові проблеми виникали "на стиках" видів транспорту. Передача і проміжне зберігання вантажів, вантажно-розвантажувальні операції, контроль стану товару, переоформлення документів вимагали залучення термінальних операторів, агентів, інших постачальників додаткових послуг, які діяли настільки ж роз'єднана, як і перевізники різних видів транспорту.

Логістичний менеджмент підприємства при здійсненні закупівель і доставки матеріальних ресурсів, а також при відвантаженні готової продукції, повинен вирішити такі питання: створювати чи свій парк транспортних засобів, використовувати приватний парк транспортних засобів або використовувати найману транспорт загального користування.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СИСТЕМИ ЦІННОСТЕЙ ТА СТУПЕНЮ ЛЕГКОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

Момот В.Є.

Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро

Вплив суспільних цінностей на економічні процеси зазвичай вивчався на якісному рівні перш за все тому, що соціальна психологія, частиною якої є теорії зміни суспільних цінностей є в основному описовою наукою, котра будується на умоглядних гіпотезах. Прояви цінностей зазвичай відновлюються по результатам аналізу поведінки та загальних прагнень людей. Таким є наприклад положення теорії інтегральної спіральної динаміки, що належить до переднього краю сучасної соціальної психології та дозволяє пояснити актуальні суспільні процеси й навіть спрогнозувати особливості поведінки та розвитку мікро-соціальних груп, таких наприклад, як персонал окремої компанії чи підприємства. Разом з тим наприкінці 70-х років минулого століття з'явилися передумови та на початку 80-х років було розроблено послідовні кількісні уявлення про систему цінностей на основі так званої теореми Інглхарту. Саме ці уявлення й можуть слугувати основою для кількісного дослідження за обраним напрямком. Тому дослідження закономірностей, що поєднують динаміку системи суспільних цінностей та ступінь легкості ведення бізнесу, що вже 15 років поспіль оцінюється у глобальному масштабі є дуже цікавими та актуальними.

Дотичною до зазначеної проблематики є економічна психологія, де ставляться питання психології власності, підприємництва, грошей та інвестиційної діяльності, досліджуються психологічні аспекти поведінки споживачів, особливості впливу оподаткування, економічну соціалізацію, психологічну оцінку якості життя, прийняття економічних рішень та деякі інші питання. В останні роки дуже динамічно розвивається поведінська економіка, що є новою міждисциплінарною наукою, яка ставить питання впливу психологічних факторів на економічні рішення та вчинки у різних економічних ситуаціях. Визначення змістовних рамок, що людина використовує для розуміння економічної ситуації та дій відповідно до цього розуміння є одним з напрямків нової науки, поряд з суб'єктивним неприйняттям несправедливості, обмеженою реальністю та фреймами. Досягнення у цих сферах наукової діяльності можуть слугувати ідеологічною базою аналізу сформульованої задачі.

Показники, що характеризують бізнес-інфраструктуру та підходи до організації та ведення бізнесу у різних країнах знаходилися у центрі уваги дослідників досить давно, але починаючи з 2004 року Світовим банком було запроваджено «Індекс легкості ведення бізнесу», розрахунок якого наразі охоплює 201 країну світу. Методика розрахунку індексу, що наразі включає 9 компонентів, постійно вдосконалюється, але сайт Світового банку містить співставні дані (або їх можна отримати за допомогою досить нескладної обробки). Що стосується системи суспільних цінностей, то у цьому напрямку працює ціла команда World Values Survey (WVS), що оприлюднила дані шістьох хвиль опитувань (1981-1989, 1990-1994, 1995-1998, 1999-2004, 2005-2009, 2010-2014). Ці дані можна використовувати у якості емпіричної бази дослідження.

ОЦІНКА ЗМІН ТЕНДЕНЦІЇ ДЕІНДУСТРІАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНІВ ЗА ПОКАЗНИКАМИ ІНФРАСТРУКТУРНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Моргачов І.В.

*Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля,
м., Северодонецьк*

Останнім часом в засобах масової інформації та публікаціях все частіше можна чути та прочитати про деіндустріалізацію як національного господарства, так і окремих регіонів України. Такі висновки робилися автором в попередній роботі [1]. В наведеній роботі було сформульовано тезу щодо можливості використання показників організацій сфери інжинірингу з метою виявлення та оцінки тенденції деіндустріалізації регіонів. До того ж, за динамікою показників 2014 – 2017 років цих важливих складових інфраструктурного забезпечення регіональних інноваційних процесів було зроблено висновок, що навіть в м.Київ має ознаки деіндустріалізації, не кажучи вже про такі умовно-депресивні регіони, як Луганська область. В сучасних умовах актуальним питанням залишається подальше підтвердження гіпотези, що за показниками складових інфраструктурного забезпечення регіональних інноваційних процесів і, зокрема, організацій сфери інжинірингу, можна оцінити тенденцію деіндустріалізації регіонів країни. Розгляд основних показників діяльності організацій сфери інжинірингу у 2018 році (табл. 1) дозволив переглянути висновки щодо продовження тренду деіндустріалізації регіонів країни.

Таблиця 1

Динаміка індексів змін основних показників діяльності організацій сфери інжинірингу та ВВП України

Показник	Значення за роками			
	2015	2016	2017	2018
Індекс зміни обсягу реалізації робіт у фактичних цінах	0,960	1,144	1,186	1,345
Індекс зміни працівників	0,831	0,921	0,950	1,120
Ріст фізичного ВВП країни	-9,8	2,4	2,5	3,3

Згідно табл.1 індекси зміни обсягу реалізації робіт у фактичних цінах були позитивними ще у 2016 році, однак на цей показник впливає інфляція. Розглядаючи 2018 рік слід визначити, що за офіційними даними темп інфляції становив 9,8 %, в той час як значення досліджуваного індексу суттєво перевищило темп інфляції. До того ж, у 2018 році вперше, починаючи з 2014 року, індекс зміни працівників перевищив значення «1». Наведені показники дозволяють робити припущення про зміну тренду деіндустріалізації регіонів країни на протилежний починаючи з 2018 року. Також можна зробити наступний висновок: при перетині показника росту валового регіонального продукту значення 3 % в базисних цінах тенденція деіндустріалізації регіону змінюється на протилежну.

Література:

1. Моргачов І.В. Інфраструктурне забезпечення регіональних інноваційних процесів : монографія / І. В. Моргачов. — Северодонецьк: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2019. – 496 с.

ВИЗНАЧЕННЯ ВПЛИВУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО ПРОСТОРУ НА БАНКІВСЬКУ СИСТЕМУ УКРАЇНИ

Мордовцев О.С., Мордовцева А.П.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

У роботі розглянуті проблеми, які виникають на шляху до євроінтеграції банківських послуг банківських установ України, а саме: їх обмеженість, недорозвиненість, нестабільність банківської системи, відсутність довіри, низька якість надання послуг, непрозорість діяльності банків.

Банківська система на теперішній час зазнає величезного впливу внаслідок глобалізації фінансового простору. Внаслідок цього в банківській системі відбуваються наступні зміни:

– зростання попиту на послуги банківських установ через розвиток транснаціональних корпорацій та їх філій за межами, які знаходяться за межами країни базування, а також урізноманітнення послуг.

– модифікація стратегічних напрямків розвитку банків, що обумовлено орієнтацією не тільки на вітчизняну економіку, а й на зміни в економічній ситуації у світі загалом.

– уніфікаційні процеси на усьому фінансовому секторі економіки різних країн як при роботі на внутрішньому, так й міжнародному ринках.

- неможливість ситуації, коли національна економіка залишається повністю закритою від іноземного капіталу, оскільки банківський установи жадають створення все більшої кількості філій за кордоном, що призводить до посилення конкуренції між ними.

– зростання частки наукомістких та інноваційних галузей в економіці, про призводить до ситуації, коли їх інвестування та кредитування має все більш низьку прибутковість та більш тривалий термін їх повернення та окупності.

– підвищення та удосконалення рівня інформаційного та комп'ютерного забезпечення роботи банківських установ.

Отже, постійні процеси глобалізації дають поштовх великим банківським установам до більш швидкого створення закордонної мережі філій, дочірніх організацій, а також підсилюють їхній зв'язок з банківським капіталом іноземних країн. Слід відзначити, що зростання масштабів міжнародного ринку банківського капіталу, розширення банківської діяльності, а також активізація міжнародного руху цього банківського капіталу зумовлює інтернаціоналізацію капіталу, а отже й взаємопереплетіння та об'єднання різних форм національного та інтернаціонального капіталу для одержання стабільних прибутків.

Таким чином, можна зробити висновок, що перешкодами до інтеграції національних банків до глобального фінансового простору є: нераціональна територіальна структура та незбалансованість регіонального розвитку, тобто високий рівень зосередження банків та їх активів у найбільших містах України та відсталість банківського сектору в інших регіонах

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ВЕНГЕРСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Наги Сабољч, Перерва П.Г.

Мишкольцский университет, г.Мишкольц

Современная экономика Венгрии предлагает широчайший спектр благоприятных возможностей для углубления международного сотрудничества. Главным преимуществом этой страны является ее стратегическое расположение - страна находится в самом сердце Европы, на перекрестке европейских транспортных, энергетических, торговых и туристических направлений. Ощутимым импульсом для активизации украинского-венгерского сотрудничества является членство Венгрии в ЕС, открывает широкие возможности для украинских деловых кругов, выступая своеобразным мостом на общий европейский рынок. Указанные положительные моменты, усиленные наличием соответствующей институциональной базы, дают основания утверждать, что двустороннее украинского-венгерское сотрудничество и в дальнейшем будет углубляться, в частности за счет внедрения новых форм сотрудничества в таких сферах, как логистика, транзит и высокие технологии.

Изменение политической системы не стало причиной экономической трансформации, а только создало предпосылки для развития основных экономических составляющих, которые были заложены ранее. Тогда же были сформулированы основные задачи для перехода страны к новой системе:

- либерализация механизмов регулирования импорта, цен и заработной платы, уменьшение влияния государства в хозяйственной сфере;
- поощрение частного предпринимательства, приватизация государственной собственности;
- развитие и укрепление рыночных институтов (биржи, коммерческие банки, ценные бумаги, антимонопольные меры и т.п.);
- сокращение государственных расходов, сбалансированность бюджета;
- радикальная перестройка внешнеэкономических связей страны в интересах постепенной интеграции Венгрии в Западную Европу.

Общие положительные изменения, происходившие в венгерской экономике, способствовали притоку в страну иностранных инвестиций, при этом Венгрия в указанной сфере является одним из мировых лидеров.

Литература:

1. Угорська економіка.- [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.vsesvit-journal.com/old/content/view/219/41/>
2. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия [учебник].- Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
3. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.
4. Грабченко А.И. Основы маркетинга высоких технологий : [учебное пособие] / Грабченко А.И., Перерва П.Г., Смолоник Р.Ф. – Х. : ХГПУ, 1999. – 242 с.
5. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
6. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592с.

ВПЛИВ ІТ НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Назаренко Д.С.¹, Капленко Р.О.²

¹*Національний технічний університет*

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

²*Полтавська державна аграрна академія, м. Полтава*

В Україні існує гостра необхідність пошуку нових напрямів підвищення конкурентоздатності як окремих галузей, так і всієї економіки в цілому. Конкурентоспроможність національних економік тісно пов'язана з розвитком ІТ-сектора. ІТ-сектор продовжує залишатися одним з найбільш динамічних сегментів економіки нашої країни, що активно розвиваються. За прогнозами експертів, якщо галузі не заважати розвиватися, до 2020 року вона може зрости в 1,7 разу. Експорт ІТ-послуг збільшився до 3,6 млрд доларів. Інформаційні технології впевнено займають третю позицію за рівнем експортних надходжень, поступаючись тільки агробізнесу та металургії. Розвиток ІТ індустрії сприяє надходженню інвестицій в економіку України. Згідно з актуальними даними від інвестиційного фонду Insoft Capital, що спеціалізується на інвестиціях в аутсорсингові компанії в Україні та Східній Європі, ключовими параметрами, за якими потенційні інвестори оцінюють представників сегмента ІТО (IT Outsourcing), є обсяг продажів, кількість співробітників у компанії або ж обсяг продажів на одного співробітника, рентабельність за показником EBITDA, клієнтський портфель і його диверсифікація, спеціалізація компанії, обсяг та вік дебіторської заборгованості, рівень менеджменту і якість бізнес-процесів. За результатами дослідження експертів Європейської Бізнес Асоціації експортно-орієнтована сфера інформаційних технологій до 2020 року може збільшитися вдвічі за всіма показниками і відраховувати до 27 млрд грн податків в державний бюджет. ІТ-сектор чинить все більший вплив і на внутрішню економіку України. Крім збільшення валютних надходжень у країну, ця індустрія сприяє формуванню середнього класу. Галузь надає все більше робочих місць з високим рівнем доходу. Показово, що понад 40% попиту на комерційну нерухомість в Києві зараз формують ІТ-компанії. До 2020 року кількість інженерів зросте практично удвічі – до, приблизно, 200 000 спеціалістів, а обсяг валютної виручки, за підрахунками PwC, складе \$5,4. Вже сьогодні наші ІТ-компанії активно зміцнюють свої позиції у найбільш перспективних технологічних напрямках: Data Science, AR/VR, машинне навчання, штучний інтелект. Отже, розвиток ІТ сфери не тільки сприяє розвитку економіки, а й позитивно впливає на імідж України як країни з високим технологічним потенціалом.

Література:

1. Казакова Н.А. Ставка України на розвиток ІТ-індустрії/Н.А. Казакова, О.А. Марушева, С.Є. Широкоград [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sg-sofia.com.ua/stavka-ukraini-na-rozvitok-it-industrii>
2. Сергій Савенко ІТ України. Допомогати не можна заважати. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://news.finance.ua/ua/news/-/419649/it-ukrayiny-dopomagaty-ne-mozhna-zavazhaty>
3. Олександр Курбаков. ІТ-потенціал України та інвестиції: скільки потрібно і скільки можна. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mind.ua/openmind/20180794-it-potencial-ukrayini-ta-investiciyi-skilki-potribno-i-skilki-mozhna>.

ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ ПОБУДОВИ ЛЮДИНОЦЕНТРИЧНОГО СУСПІЛЬСТВА

Назаренко О.В., Решетняк Н.Б.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

У XXI сторіччі більшість виробничих ресурсів опиняються на межі вичерпності, лише один ресурс – творчий потенціал людини – є невичерпним. На працездатність людей дуже впливає їх психічне здоров'я. У сучасному інклюзивному суспільстві, що поєднує людей різних національностей, вірувань, фізичних можливостей, депресії стають доволі розповсюдженим явищем. За відомостями з відкритих джерел, у технологічно розвинутих країнах від депресивних станів страждає до 20 % населення: збільшується нервовість, передчуття звільнення в умовах конкуренції, самотність у мегаполісах і корпораціях. Ця проблема привертає все більше уваги у зв'язку з прискоренням глобалізації економіки та військовими конфліктами, що загострилися у багатьох країнах світу, не обминувши і Україну. Для України характерним є велика кількість військових, які повернулись із зони бойових дій на Сході і мають пристосовуватись до цивільного життя, активно сприяти будівництву оптимістичного стилю життя.

Не випадково у центрі уваги економістів, що поділяють людиноцентричну модель соціально-економічного розвитку, опинилась оцінка благополуччя на рівні країни, регіону і окремого домогосподарства. За Міжнародним індексом щастя – Happy Planet Index (HPI) у 2019 році Україна зайняла досить низьке 133 місце з 156 держав.

На макроекономічному рівні Україні потрібні серйозні зміни стратегії розвитку: надання економічної свободи головному ресурсу – мільйонам активно працюючих людей. Але початок формування відчуття щастя лежить на мікрорівні – рівні окремої людини. Людина не може бути щасливою, якщо в неї є проблеми з комунікацією, внутрішнім розвитком, цілеспрямованістю. На рівні держави необхідно глибоке розуміння потреби в позитивному стилі життя та планування першочергового виділення коштів та приміщень для реабілітаційних заходів та розвитку творчого потенціалу людей.

Відчуття щастя потрібно досягати усіма можливими засобами: розвитком оптимістичного уявлення майбутнього, тренуванням відчуття вдячності, фокусуванням на позитивних моментах сьогодення. Продуктивним, на наш погляд, було б змагання між містами України не тільки за збільшення ВВП, а і за збільшення туристичної привабливості, упорядкування культурних, історичних і «зелених» зон в містах, на підприємствах та офісах, покращення комфортності життя людей. Українські державні та громадські інститути повинні все більше уваги приділяти якості життя людей, зменшенню нерівності в доходах, стимулюванню власного, внутрішнього виробництва та науки, формуванню патріотичної еліти суспільства, розвитку творчих здібностей кожного громадянина країни. Бо саме творчість талановитих і щасливих людей є невичерпним економічним ресурсом, який спроможний подолати виклики XXI сторіччя.

НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АУТСОРСИНГУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Назаренко С. М.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Україна є лідером серед країн – аутсорсерів в Європі та має значний потенціал щодо розвитку аутсорсингу, запровадження якого може значно підвищити конкурентоспроможність реального сектору економіки. Визначимо що ж таке аутсорсинг, які є види та сфери його застосування.

Аутсорсинг – поняття, яке міцно увійшло в наш побут, означає комплекс заходів, спрямованих на передачу підприємством певних процесів і функцій іншої організації, яка професійно спеціалізується у сфері поставлених завдань. Залежно від місцезнаходження замовника та виконавця і підпорядкованості між ними можна виділити такі види аутсорсингу:

- Офшоринг – замовник і виконавець перебувають на території різних країн, при цьому виконавець є підрозділом замовника.
- Аутсорсинг – замовник і виконавець перебувають на території однієї країни, при цьому виконавець є незалежним підприємством.
- Офшорний аутсорсинг – є змішаним видом. Замовник і виконавець перебувають на території різних країн, але при цьому виконавець є незалежним підприємством.

Залежно від завдань, які передаються на вирішення виконавцям, можна виділити так види аутсорсингу:

- Виробничий аутсорсинг – передача виробничих функцій виконавцеві.
- Аутсорсинг бізнес-процесів – передача виконавцеві процесів, що не є основним видом діяльності замовника.
- ІТ-аутсорсинг – передача на обслуговування інформаційних систем замовника (наприклад, розробка або підтримка програмного обладнання, створення сайтів, обслуговування супутньої техніки).

Таким чином, передача непрофільних і вузькоспеціалізованих напрямів діяльності замовника є однією з беззаперечних переваг аутсорсингу. З розвитком технологій одним із сучасних видів аутсорсингу можна назвати краудсорсинг, коли до вирішення поставлених завдань може залучатися широке коло осіб за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій в усьому світі. Отже, аутсорсинг є новим прогресивним методом організації управління діяльністю, який полягає у передачі функцій, які не стосуються основного виробництва, аутсорсинговим компаніям, які спеціалізуються саме на цьому і забезпечені висококваліфікованим персоналом та має широку сферу застосування.

Література:

1. Газуда Л. М. Аутсорсинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства / Л.М. Гаудза, Т.Ю. Салдан. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dSPACE.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/14774>
2. Антонюк Ю. Україна увійшла до країн-лідерів у сфері ІТ аутсорсингу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://business.ua/business/4970-ukraina-uviiishla-do-kola-krain-lideriv-u-sferi-itautsorsynhu>
3. Стахурська О. Аутсорсинг в Україні й у світі: особливості, тенденції та перспективи. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uz.ligazakon.ua/>

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Назарець В.Г.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Фінансовий результат визначає економічний результат діяльності суб'єкта господарювання та можливість подальшого його розвитку [1, 2]. Сучасне нормативно-правове забезпечення на високому рівні регламентує порядок формування фінансових результатів діяльності окремого підприємства. Актуальність питання внутрішнього контролю формування фінансових результатів діяльності підприємства спрямована на досягнення достовірності, зрозумілості та законності відображення у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності фінансових результатів. Аналіз статистичних даних підтверджує, що доходи і витрати, які формують фінансовий результат підприємства є специфічним об'єктом аналізу та контролю та потребують особливої уваги менеджменту підприємств [3]. Зокрема, офіційні статистичні дані [4] свідчать про те, що протягом 2017-2018 рр. суб'єкти господарювання отримали більше позитивні результати діяльності, ніж понесли збитки в ході діяльності. Т.А. Бутинець зазначає, що «дієвий контроль можна організувати за умови, що бухгалтерський облік буде постійно забезпечувати управлінців оперативною та достовірною інформацією. Для цього організовується система аналітичного обліку». [2].

Актуальні питання внутрішнього контролю формування фінансових результатів діяльності підприємства стосуються удосконалення моделей контролю, етапів проведення контрольних процедур а також удосконалення інформаційного забезпечення внутрішнього контролю на основі інтеграції видів обліку [5]. Системи інформаційно-аналітичного забезпечення формується на базі: даних бухгалтерського, оперативного та статистичного обліку і звітності; галузевих показники діяльності підприємств-аналогів; звітів та планів і прогнозів, отриманих у процесах стратегічного, тактичного і оперативного планування, аналізу, контролю і бюджетування.

Література:

1. Єршова Н. Ю. Шляхи вдосконалення системи внутрішнього контролю на підприємстві / Н. Ю. Єршова // Вісник ДДФА : Економічні науки : наук.-теор. журн. - Дніпропетровськ : ДДФА. – 2013. – С. 171–176.
2. Бутинець Т.А. Розвиток науки господарського контролю: проблеми теорії, методології, практики: монографія / Т.А. Бутинець. – Житомир: ЖДТУ, 2011. – 772 с.
3. Єршова Н.Ю. Оцінка стану підприємств промисловості на основі статистичного аналізу. Вісник Харківського національного університету. 2008. № 802. С.68–71.
4. Державна служба статистики – Електроний документ. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Єршова Н.Ю. Методичні аспекти та особливості аудита товарно-матеріальних цінностей підприємства // Труды XV Всеукр. наук.-практ. конф. „Фінансова політика соціально-економічного розвитку регіонів України” – Дніпропетровськ : ДДФА. – 2012. – С.114

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Назарова Т.Ю., Гаврик А.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

В роботі розглянуто питання забезпечення фінансової стійкості підприємства, оскільки ця задача є однією з головних для вітчизняних підприємств. В умовах ринку успішне функціонування підприємства значною мірою залежить від рівня стійкості цього показника. Якщо підприємство фінансово стійке, то воно має низку переваг перед іншими підприємствами того ж профілю для отримання кредитів, залучення інвестицій, у виборі контрагентів і в підборі кваліфікованого персоналу. Чим вище фінансова стійкість підприємства, тим більше воно незалежно від зміни ринкової кон'юнктури і, отже, тим менше ризик опинитися на межі банкрутства. У зв'язку з цим стратегічною метою діяльності будь-якого підприємства є забезпечення фінансової стійкості.

Фінансова стійкість - комплексне поняття, яке перебуває під впливом різноманітних фінансово-економічних процесів. Тому її слід визначити як такий стан фінансових ресурсів підприємства, результативності їхнього розміщення й використання, при якому забезпечується розвиток виробництва чи інших сфер діяльності - на основі зростання прибутку й активів при збереженні платоспроможності й кредитоспроможності. Одним з істотних компонентів фінансової стійкості підприємства є наявність у нього фінансових ресурсів, достатніх для розвитку конкуренто-здатного виробництва. В свою чергу, самі фінансові ресурси можуть бути в необхідному обсязі сформовані тільки за умови ефективної роботи підприємства, яка зможе забезпечити одержання прибутку. За рахунок прибутку в ринковій економіці підприємство створює фінансову базу як для самофінансування поточної діяльності, так і для здійснення розширеного відтворення. Використовуючи прибуток, підприємство може не лише погасити свої зобов'язання перед бюджетом, банками та іншими підприємствами й організаціями, а й інвестувати засоби в нове будівництво, реконструкцію чи модернізацію наявного устаткування або заміну його прогресивнішим.

Загальна стійкість підприємства може бути забезпечена лише за умови стабільної реалізації (звичайно, своєчасної оплати за поставлену продукцію, надані послуги, виконані роботи) й одержання виручки, достатньої за обсягом, щоб виконати свої зобов'язання перед бюджетом, розрахуватися з постачальниками, кредиторами, працівниками тощо. Іншими словами, загальна стійкість підприємства передбачає насамперед такий рух його грошових потоків, який забезпечує постійне перевищення доходів над витратами. Саме така ситуація виражає зміст фінансової стійкості, яка є головним компонентом (умовою) загальної стійкості підприємства.

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО БАНКІВСЬКОГО МЕНЕДЖМЕНТУ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Назарова Т.Ю., Скорик О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В роботі розглянуто питання ефективної організації фінансового менеджменту комерційного банку, оскільки діяльність банківських установ постійно зазнає істотних змін, пов'язана з процесами глобалізації в усьому світі та оновленням спектра банківських продуктів і послуг. Для економіки України, яка офіційно проголосила та реалізує стратегію європейської інтеграції як головний пріоритет зовнішньої та внутрішньої політики на коротко- та довгострокову перспективу, основним завданням є підвищення стійкості та стабільності вітчизняного банківського сектора. За цих обставин особливого значення набуває розробка якісно нових інструментів реалізації ефективного фінансового менеджменту комерційного банку, спрямованих на пошук, створення і використання можливостей конкурентного середовища для забезпечення його функціонування та розвитку в умовах інтернаціоналізації банківської конкуренції.

Елементи системи фінансового менеджменту в комерційному банку можна об'єднати в три стратегічних блоки: бізнес-планування; бюджетування і ризик-менеджмент. Планування дозволяє менеджменту оцінити поточну ситуацію і відповідно зі стратегічними планами банку визначити орієнтири на майбутнє. Також слід виділити, що за допомогою бюджетування цільові показники бізнес-плану переводяться в площину декомпозиції та реалізації відповідних завдань. У свою чергу, контури ризик-менеджменту повинні проглядатися як у розрізі банківських операцій, так і при прийнятті, а також реалізації бюджетних планів (оперативних, короткострокових і довгострокових) з метою виявлення неврахованих (недооцінених ризиків) і фінансових витрат на управління ними. Ефективний фінансовий менеджмент не тільки захищається від ризиків, керує ними, але й використовує їх як інструменти підвищення комплексності, якості банківських продуктів, диверсифікації банківської діяльності і навіть зростання доходів, отримання додаткового прибутку.

Система фінансового менеджменту комерційного банку представлена взаємопов'язаними елементами: суб'єктами, об'єктами, метою, завданнями, функціями, принципами і механізмом реалізації поставлених завдань. Ефективна взаємодія всіх компонентів процесів фінансового менеджменту в банківській сфері дозволить підняти управління в банківських установах на якісно новий рівень. Фінансовий менеджмент комерційного банку сприяє мінімізації впливу різних ризиків, здійсненню досягнення намічених планів з урахуванням кон'юнктури ринку.

ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Назарова Т.Ю., Шпітальна Т.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

В роботі розглянуто питання інвестиційної привабливості підприємства, оскільки будь-який суб'єкт господарювання у процесі фінансово-господарської діяльності створює не лише економічні блага, товари та послуги, але й створює власний імідж, що безпосередньо впливає на рівень його інвестиційної привабливості. Інвестиційний рейтинг відображає не тільки загальні тенденції розвитку інвестування в масштабах всієї держави, а й можливості підприємства щодо залучення додаткового фінансування. Інвестиції активно використовуються для фінансування поточного рахунку платіжного балансу, який характеризує процеси, характерні для перехідної економіки. Також, слід відзначити, що серед форм міжнародних економічних відносин, міжнародні інвестиції є найголовнішою формою в процесі інтеграції економік.

Збільшення обсягів та оптимізація структури інвестицій можливі лише за умов підвищення привабливості середовища та створення відповідного механізму взаємодії учасників інвестиційного процесу: інвесторів, держави, органів місцевих властей, керівників підприємств. Для підприємства важливішими є внутрішні фактори або фактори безпосереднього впливу, оскільки саме завдяки ним воно здатне самостійно впливати на свою інвестиційну привабливість. В свою чергу, серед внутрішніх факторів найбільшу питому вагу займають такі фактори, як: кадровий потенціал, тривалість інвестиційної програми, стан майна та фінансових ресурсів, розмір витрат. При цьому вважається, що інвестор при виборі об'єкта інвестування найбільше звертає увагу на стан майна, стан фінансових ресурсів, розмір витрат підприємства, який визначається ступенем зношеності основних фондів, їх спроможністю виготовляти продукцію на високому рівні, рівнем ліквідності, платоспроможністю, показниками фінансової стійкості, показниками ділової активності, станом необоротних та оборотних активів, їх оновленістю та вибуттям.

Впровадження комплексної програми інвестування в конкурентоспроможні галузі стимулюватиме перехід на якісно новий інноваційний тип розвитку. В свою чергу, найважливішим завданням аналізу та забезпечення інвестиційної привабливості підприємства залишається послідовний збір даних і вибір такої системи показників, які можна було б ефективніше використовувати.

СТАНДАРТИЗАЦІЯ У СФЕРІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Неhme М.Н., Брінь П.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Широкі поширення теорії і практики корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) зажадало формування та застосування систем оцінки та стандартизації цього процесу. Основним міжнародним стандартом у галузі КСВ є ISO 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності», який допомагає звести в цілісну систему принципи, що лежать в основі КСВ. Дотримання цих принципів допомагає компаніям інтегрувати КСВ в усі сфери корпоративної політики [1,2].

Посиленню конкурентних позицій вітчизняних компаній може також сприяти їх приєднання до Глобального договору ООН (та використання його стандартів), який в рамках дотримання основних цінностей в області прав людини, охорони навколишнього середовища і боротьби з корупцією визначив загальні принципи КСВ. На думку експертів, вступ до Глобального договору може принести компаніям не тільки моральне задоволення, але й відчутні конкурентні переваги на ринку і зростання рівня довіри з боку партнерів і клієнтів. Впровадження принципів Глобального договору в ділову практику стимулює вдосконалення методів корпоративного управління, що також дозволяє компанії поліпшити свої економічні показники і підвищити рівень конкурентоспроможності [2,3,4].

Інформатизація сучасного суспільства, доступність Інтернету підвищують рівень інформованості споживачів, які отримують можливість оцінити продукцію не тільки з точки зору її властивостей, а також її екологічну чистоту, прийняті норми безпеки виробництва, етичні умови виробництва, відповідність міжнародним стандартам, що у свою чергу може суттєво змінити оцінювання продукції кінцевими споживачами, які намагаються здійснювати «відповідальне споживання».

Література

1. Brin P.V., Nehme M.N. Corporate social responsibility: analysis of theories and models// EUREKA: Social and Humanities .-2019. -№. 5.- pp. 22-30.
2. Brin P.V., Nehme M.N. Historical development of the corporate social responsibility concept// Науково-практичний журнал "Причорноморські економічні студії". -2019.- Випуск 48 Частина 3. -pp. 7-14.
3. Brin P.V. Nehme M.N. Corporate and governmental social responsibility: possible approaches to unemployment reduction// Бізнес-навігатор: Науково-виробничий журнал.-2018. - Випуск 2-2 (45).- pp. 71-75.
4. Брінь П. В., Прокоп М. В., Нехме М. Н. Динамічне оцінювання конкурентоспроможності підприємства// Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Міжнародні економічні відносини і світове господарство. -2019- Випуск 28, частина 1. - С. 62-68

СИСТЕМА БЮДЖЕТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ніколаєва А.М.

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

Одним з найважливіших інструментів фінансового планування грошових потоків підприємства, що забезпечує високий рівень управління його фінансовою діяльністю, є грамотно вибудована система бюджетування.

Система бюджетування може складатися індивідуально навіть у підприємств, що належать до однієї галузі економіки. Тому при розробці та впровадженні системи бюджетування на будь-якому підприємстві необхідно враховувати специфіку ведення конкретного бізнесу.

Виходячи з цього, система бюджетування підприємства, що не зайняте інноваційною діяльністю, цілком може не підходити як ефективний інструмент фінансового планування грошових потоків для інноваційного підприємства.

Під час дослідження було виявлено, що в наш час на вітчизняних інноваційних підприємствах система бюджетування або взагалі відсутня, або присутня як загальне шаблонне рішення, не прив'язані до специфіки інноваційної діяльності.

Як відомо, за об'єкти бюджетування на підприємстві можуть бути прийняті: центри фінансової відповідальності; окремі бізнеси компанії; бізнес-процеси; проекти; продуктові групи; сегмент ринку і група клієнтів тощо.

Встановлено, що класична система бюджетування, що не прив'язана до специфіки інноваційної діяльності, не підходить інноваційному підприємству з таких причин. Інноваційне підприємство веде різні інноваційні проекти, за якими можуть складатися лише окремі бюджети без прив'язки до системи бюджетування, що необхідні якомусь фонду фінансування інновацій для обґрунтування вигідності конкретного проекту. Такі бюджети будуються, найчастіше, тільки для того, щоб фонд фінансування інновацій виділив кошти на певний інноваційний проект.

Коли починається розробка операційних бюджетів інноваційного підприємства, то конкретні показники в цих бюджетах плануються укрупнено по всьому підприємству без розбивки по проектах. Зрозуміло, що при такому плануванні неможливо відстежити конкретні доходи і витрати по тому чи іншому проекту. У підсумку, багато витрат по проектах не враховуються у фінансових бюджетах чи враховуються в меншій сумі. Це призводить до того, що фактичні витрати інноваційних підприємств значно відрізняються від планових, тому існуюча сьогодні на інноваційних підприємствах система бюджетування не є інструментом їх ефективного управління грошовими потоками.

Цей недолік пропонується усунути шляхом складання операційних, допоміжних і фінансових бюджетів по кожному інноваційному проекту підприємства, а також по позапроектних видах діяльності (якщо вони є). Розробкою всіх бюджетів конкретного інноваційного проекту займаються центри фінансової відповідальності.

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ПРОМИСЛОВОГО РОЗВИТКУ

Носирєв О.О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Фінансове забезпечення механізму реалізації державної промислової політики є елементом ресурсного забезпечення всього інноваційного циклу, включаючи стадії розробки, промислового виробництва й експлуатаційного застосування на цій основі як прямого фінансування, так й використання методів непрямого регулювання, спрямованих на абсолютну та відносну економію фінансових ресурсів учасників інноваційного процесу.

У цілому фінансове забезпечення промислової сфери має складну структуру, елементами якої є такі: сукупність джерел фінансування; форми фінансування, методи та інструменти акумуляції грошових надходжень і їхнього вкладення в інвестиційні проекти і цільові програми; механізми контролю за інвестиціями у інноваційні проекти, включаючи систему зворотності, оцінку ефективності їхнього використання тощо. При цьому мають бути врахованими й рівні регулювання – підприємницький, регіональний, галузевий, національний, міждержавний, глобальний. За умов ринкових відносин фінансування промислової діяльності має свою специфіку і виступає як складовий елемент фінансової політики держави.

Реалізація виробничого потенціалу промислового виробництва залежить від стану та умов фінансового забезпечення інвестування промисловості. Світова фінансова криза призвела до згортання інвестиційної активності та звуження всіх джерел фінансування промислового сектору в Україні. Система фінансування промислової діяльності є складним переплетенням форм і джерел фінансування.

Для економіки України актуальними залишаються проблеми формування фінансових інвестиційних ресурсів, які забезпечать необхідні темпи відтворення, на що безпосередній вплив має рівень розвитку національної кредитно-фінансової системи.

Наявні проблеми надходження й розподілу інвестицій у промисловому секторі в Україні полягають у структурних диспропорціях (технологічних, галузевих, регіональних, за джерелами інвестування), що загрожують поглибленням дисбалансів товарних і фінансових ринків, консервацією неефективної структури виробництва, монополізацією окремих стратегічно важливих або соціально значущих галузей економіки, нераціональним використанням сировинно-ресурсної бази та виробничих потужностей.

Розглядаючи шляхи оптимізації системи фінансового забезпечення механізму реалізації інноваційно-промислової діяльності України, слід враховувати, що важливим стратегічним напрямом джерел фінансування інвестиційної діяльності є розвиток фондового ринку.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ БРЕНДІВ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ

Носирев О.О., Безручко А.О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

Для українських компаній, що переважно виготовляють продукти різного рівня конкурентоспроможності, питання ключової компетенції і позиціонування на ринку є особливо актуальним. Для успішного формування та використання брендів промислові підприємства мають забезпечити виконання послідовності основних етапів формування брендів.

Для просування товарів та послуг українських підприємств на закордонні ринки потрібна відповідна стратегія використання різних інформаційних каналів й засобів комунікації. Одне з центральних місць у ній має посідати брендинг, який надасть змогу вітчизняним підприємствам ефективно позиціонувати свою продукцію на перспективних ринках серед багатьох світових виробників та обирати відповідну стратегію досягнення конкурентних переваг.

Крім того, оскільки значна частка українських підприємств є низько технологічними та орієнтовані на створення продукції первинного рівня переділу (сировина та первинна обробка), необхідно також звернути увагу на практику застосування:

- «загальних» брендів (generic brands), тобто брендів продукту чи послуги, які є широко відомими, найчастіше є затвердженими відповідними державними стандартами й не можуть належати одному власникові, а навпаки будь-які виробники, продавці чи постачальники послуг мають право їх використовувати для популяризації власного товару для низько технологічної продукції із низькою доданою вартістю;

- небрендованої продукції (commodity), до якої насамперед належать сировинні продукти або стандартні матеріали первинної обробки, які мають певні артикули, що дозволяють відслідковувати продукцію для цілей інвентаризації та проведення експедиції. Слід зазначити, що останні дві позиції («загальні» бренди та небрендована продукція) доцільно поєднати, оскільки як перша група, так й інша є стандартизованою, позбавленою персональних характеристик та особливостей й не дозволяє вирізняти її серед інших виробників.

Підвищення ефективності бренд-менеджменту українських компаній пов'язане з комплексною роботою щодо неймінгу, позиціонування, розвитку бренду, а також з використанням сучасних технологій та форматів його просування. Великого значення набуває при цьому державна підтримка просування вітчизняних брендів за кордон, а також систематичні зусилля зі створення позитивного сприйняття бренду «Made in Ukraine».

БАНКІВСЬКЕ КРЕДИТУВАННЯ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Носирєв О.О., Переходько В.В.
*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

Значний рівень глобалізації світової економіки ХХІ ст. у фінансовій сфері обумовлює її відмінність від економік минулих століть. Це виявляється у значному багаторазовому перевищенні обсягів фіктивного капіталу над обсягами промислового капіталу, які формують світовий валовий продукт. Таке перевищення вартості накопиченого фіктивного капіталу над промисловим, без відповідного матеріального підкріплення, є однією з головних причин сучасних фінансово-економічних криз. Розвиток кредитної діяльності банків має стати головним елементом сильного економічного середовища, що буде впливати на забезпечення незалежності держави та реалізацію її національних інтересів в умовах глобалізаційних процесів.

Перспективи розвитку вітчизняного промислового сектору залежать певною мірою від спроможності банківських установ виступати в якості джерел фінансування діяльності вітчизняних підприємств. Задля такої мети банки повинні реалізувати свої можливості розвитку банківського бізнесу: розширити асортимент пропонованих послуг, модернізувати систему контролю за ризиками, розширити клієнтську базу, збільшити запозичення зовні для забезпечення власної ліквідності.

Банківському кредитному ринку властива висока соціально-економічна значимість, оскільки він володіє великими інвестиційними можливостями впливу на економіку й стимулювання інвестицій в інноваційні проекти промисловості. Для цього банківська система має забезпечувати високий рівень концентрації вільних довгострокових ресурсів і обслуговувати інвестиційні потреби економіки.

Розрахунок таргетів (потреби у кредитних коштах для економічних суб'єктів) має узгоджуватися зі стратегією соціально-економічного розвитку України на основі взаємодії монетарної та промислової політики розвитку держави та визначених нею пріоритетних напрямів розвитку економіки й чіткого переліку пріоритетних для кредитування напрямів економічної діяльності та підприємств. Такий перелік щороку має визначатися Міністерством економічного розвитку та торгівлі України й затверджуватися на засіданні КМУ.

Необхідною умовою для розвитку інноваційної діяльності промислового сектору є активізація банківського сектору в частині фінансування перспективних науково-технічних досягнень. Потребує удосконалення інструментарій використання власних коштів промислових підприємств і банківських кредитів на інвестиційні цілі, формування найсприятливішого інституційного середовища кредитування промислових підприємств.

РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ УКРАЇНИ

Носирєв О.О., Цимбал В.О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Банківська система – це невід’ємна складова фінансової системи, а її стабільність є вирішальною умовою економічної безпеки країни загалом. Тому прибутковість банківської діяльності потребує вагомого вивчення та аналізу кожною країною.

Рентабельність діяльності банків визначають відношенням чистого прибутку до вагових витрат. Однак розрахунок може проводитись й за іншими показниками: операційним прибутком (без урахування податку на прибуток, відрахувань у резерви), операційних витрат (без урахування сплачених податків, амортизації). Такий показник рентабельності відображає ефективність операційної діяльності.

Національний банк України останнім часом проводив так зване «очищення» банківської системи, яке, незважаючи на неоднозначність, у цілому виявилось позитивним. У 2019 році українські банки отримали 60 мільярдів гривень прибутку, а рентабельність капіталу банківського сектору становить 38 %. Сприятливі макроекономічні умови свідчать, що тенденція до високих прибутків сектору збережеться.

Основні фактори таких показників – висока операційна ефективність банків та низькі відрахування у резерви, які за рік зменшились удвічі з 24 до 12 млрд. грн. Але внаслідок сповільнення інфляції процентні ставки знижуватимуться, а отже, знижуватиметься й процентна маржа банків. Крім того, стрімкий розвиток технологій та небанківського сектору, стандарти розкриття інформації споживачам сприятимуть посиленню конкуренції і вимагатимуть від банків більш виваженого підходу до формування ціни на продукти.

На рентабельність активів впливає, крім прибутку, ще й розмір активів банку. Низька рентабельність активів може бути спричинена їхнім завищеним обсягом та високою питомою вагою «витратних активів» за низької питомої ваги дохідних активів. Реструктуризація активів на користь дохідних може стати джерелом додаткових прибутків банку, навіть за їхнього незмінного обсягу або його збільшення. Одним із різновидів показника рентабельності активів є фондорентабельність, яка визначається як відношення прибутку до середньої величини основних фондів банку.

Однією з причин низької фондорентабельності банку можуть бути основні фонди, які недостатньо ефективно використовуються банком. Реалізувавши зайві фонди, банк може збільшити свої резерви і використати їх для проведення прибуткових активних операцій та відмовитися від залучення нових ресурсів на ринку, зменшивши тим самим свої витрати.

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ІНВЕСТИЦІЙ В ІННОВАЦІЙНІ ПРОЕКТИ ПІДПРИЄМСТВ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Нотовський П.В., Алексєєнко Д.В.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Інноваційний потенціал сучасного підприємства доцільно розглядати з погляду можливостей реального використання ресурсів підприємства, тобто з метою реалізації конкретних інноваційних проектів [1-2].

У сучасних умовах підвищуються вимоги до економічних вимірів і економічних обґрунтувань прийняття рішень стосовно інноваційних проектів [3-4]. Функціонування будь-якого підприємства в умовах ринкової економіки відбувається під впливом факторів невизначеності і спричиненого нею ризику, внаслідок чого фактичні результати конкретного рішення можуть відхилятися від запланованих. Результати аналізу ризику використовуються для прийняття ефективних управлінських рішень, у тому числі, для вибору найбільш прийнятних рішень за критерієм "ризик-результат" [3-4].

Більшість вітчизняних підприємств енергетичної галузі не мають стратегії ризик-управління інвестиційною діяльністю. Водночас, враховуючи сучасний стан розвитку галузі та подальші перспективи, інвестиційні стратегії та ризик-стратегії є життєво необхідними для даних підприємств [5-6].

Ефективна стратегія дозволяє виділити типи ризиків, які можуть принести підприємству вигоди, вказує на максимальний обсяг ризиків, які підприємство може взяти на себе. При формулюванні стратегії підприємства відносно інвестиційних ризиків важливим є те, щоб усі суб'єкти інвестицій розуміли загальну стратегію ризиків [5-6].

Література:

1. Кучинський В.А. Управління інноваційним потенціалом підприємства / В.А. Кучинський, А. Д. Гайдукова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2015. – № 60 (1169). – С. 17-22.
2. Кучинський В.А. Оцінка і розвиток інноваційного потенціалу підприємства / В.А. Кучинський, А. Д. Гайдукова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2014. – № 65 (1107). – С. 137-145.
3. Кучинський В.А. Підвищення ефективності інноваційної діяльності на основі удосконалення підходу до оцінки та відбору інноваційних проектів / В.А. Кучинський, Н.А. Коробка // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2011. – № 7. – С. 112-117.
4. Кучинський В.А. Ефективність організації систем ремонтно-технічного обслуговування обладнання машинобудівних підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 [Електронний ресурс] / Володимир Анатолійович Кучинський ; [наук. керівник С.А. Мехович] ; Харківський політехнічний ін-т, нац. техн. ун-т. – Харків, 2009. – 21 с. – Бібліогр. : с. 16-18. – укр.
5. Садовський В.А. Формування стратегії управління ризиками інвестицій підприємств передачі та розподілу електричної енергії / В.А. Садовський, П.В. Нотовський // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2011. – № 25. – С. 73-79.
6. Нотовський П.В. Механізм стратегічного управління ризиками інвестиційної діяльності підприємств енергетичної галузі / П.В. Нотовський // Вісник Дніпропетровського національного університету. Економіка : проблеми теорії та практика. – Дніпропетровськ : ДНУ. – 2009. – № 251(II). – С. 306–314.

ПЛАНУВАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Одінцова В.М., Ларка Л. С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Планування прибутковості підприємства повинно ґрунтуватися на розрахунку показників ефективності сфер управління виробництвом. Забезпечення цільового рівня прибутковості неможливе без ефективної роботи сфер виробництва, маркетингу, кадрів, фінансів та інновацій.

Саме тому актуальним завданням є систематизація ключових показників ефективності за основними сферами управління підприємством.

Ключовими показниками ефективності виробництва можуть виступати фондомісткість, фондівіддача, фондоозброєність, коефіцієнти екстенсивного та інтенсивного використання обладнання.

Ефективність маркетингової діяльності підприємства відображається у показниках питомої частки ринку, ступеню охоплення цільової аудиторії підприємства, ступенем задоволеності споживачів продукцією підприємства.

Ефективність управління кадрами підприємства характеризується показниками плинності кадрів, якісною та кількісною структурою кадрів, продуктивністю праці.

Фінансова сфера досить повно характеризується групою показників платоспроможності, фінансової незалежності та ділової активності.

Інноваційна діяльність безпосередньо пов'язана із діловою активністю підприємства. Для дослідження її ефективності традиційно застосовуються такі показники, як частка інноваційної продукції в асортименті, коефіцієнт оновлення асортименту продукції.

При плануванні прибутковості підприємства всі наведені вище показники повинні бути ураховані, оскільки прибутковість підприємства є наслідком раціонального управління матеріальними, фінансовими, людськими та часовими ресурсами підприємства.

Впровадження моделі бюджетування на підприємстві дозволяє перебудувати його організаційну структуру у фінансову, виділивши центри фінансової відповідальності. Кожен центр фінансової відповідальності має власні показники ефективності, тому впровадження бюджетування на підприємстві підвищує прозорість бізнес-процесів на ньому та позитивно впливає на процедуру планування показників прибутковості підприємства.

Література:

1. Суханова А.В. Прибутковість підприємства та шляхи її підвищення / А.В. Суханова, В.В. Гацанюк [електронний ресурс]. Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/01/430.pdf> (дата звернення 13.03.2020 р.).
2. Ларка Л. С. Бізнес-планування в системі економічного управління підприємством / Л. С. Ларка, К. П. Нелюб // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 27 (1199). – С. 3–7.

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ БРЕНДІВ

Олініченко К.С., Заброда К.Є.

*Харківський державний університет
харчування та торгівлі, м. Харків*

Існування великої кількості подібних послуг у туристичній сфері зумовила необхідність створення туристичних брендів. Бренд визначає сукупність комплексних туристичних послуг, які об'єднані в конкретний ринковий продукт; територію, сприятливу для організації відпочинку; рівень обслуговування, властивий певній компанії, країні і т.п. Рівень розвитку бренду та його популярність серед споживачів є однією з конкурентних переваг країни, регіону чи підприємства. Основна характеристика бренду полягає у властивості формувати у споживача позитивного уявлення про країну чи підприємство. В уяві споживачів бренд може асоціюватися з певною назвою, малюнком, символом, чи їх сукупністю, що призначені для розпізнавання товарів та послуг, наявних на ринку. Для успішного впровадження та існування, туристичний бренд має відповідати вимогам споживачів, орієнтуватися на певну аудиторію та привертати увагу покупця; бути пов'язаним з позиціонуванням продукту на мапі, сприйняттям споживача; бути у взаємозв'язку з візуальним іміджем підприємства; інформувати потенційних клієнтів про властивості туристичного продукту, ціни та ін.

Створення сильного бренду на сьогодні є складною та клопіткою справою, адже їх кількість постійно зростає. Формування брендів у різних галузях безперечно має свої особливості, але все ж загальний алгоритм створення бренду подібний. Існує дві поширені помилки творців брендів: перша – відсутність чіткого розмежування понять брендінгу та реклами, торгова марка має розповісти споживачу про властивості продукту чи послуги без використання реклами. Друга – орієнтація тільки на назву компанії, у такому разі брендінгу зводиться до створення логотипу, слогану чи привабливої вівіски і вже не є комплексним поняттям, що включає маркетинг, PR, рекламу. Але ж на практиці саме ці важелі розвитку бренду є найважливішими та найбільш дієвими.

Гарантом успіху туристичного бренду можна назвати його здатність зберігати додані вартості перед конкуренцією. Брендінг ідентифікує продукт чи послугу, таким чином він формує у свідомості покупця отримання особливої доданої вартості.

Для просування туристичного бренду насамперед необхідно створити позитивний імідж, сформувані та реалізувати ефективну маркетингову політику, впровадити дієві інструменти її реалізації.

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТРУДОВОГО РЕСУРСУ ЗАПОРУКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Олініченко К.С., Олініченко І.В.
*Харківський державний університет
харчування та торгівлі, м. Харків*

Домогтися перемоги над конкурентами багатьом світовим компаніям-лідерам дозволяє ефективне використання людських ресурсів, поліпшення їх якості, а також послідовне підвищення залученості персоналу в рішення проблем компанії, дотримуючись принципу «результат дає людина». Найважливішою умовою віддачі від усіх ресурсів, у тому числі і від трудових, є їх готовність розділяти мету і цінність компанії, відданість, бажання працювати в інтересах компанії і прагнення зберегти членство в організації. Компаніям, які існують в ринкових умовах, конкурентна перевага «життєво» необхідна.

Упродовж останніх років ринок праці в своїй потребі значно змінився. Людські взаємовідносини стають першочерговими. Компанії все більше відчують «кадровий голод» та все частіше прагнуть залучити кваліфікованих працівників.

Уявлення про сутність трудового потенціалу людських ресурсів визначає підхід до його оцінки, вимірювання та управління. Дійсно, коли потенціал розглядається як сукупність ресурсів, його оцінка полягає у встановленні якісних і кількісних характеристик значень окремих видів ресурсів, причому їх взаємний вплив не враховується і не вимірюється. Коли мова йде про систему ресурсів, то характеристики її окремих складових повинні доповнюватися показниками, що описують систему в цілому. Розуміння, що люди, команди, організації – це складні системи, надає можливість розвитку компанії як єдиного організму, з синергічним ефектом поєднання людського потенціалу.

Мінливість ринку та розвиток інновацій свідчать про необхідність постійного розвитку персоналу компанії. Персонал стає найвищою цінністю для досягнення найкращих результатів діяльності компанії.

Використання персоналу повинно відповідати цілям організації, не обмежувати інтереси особистості і забезпечувати в процесі цієї роботи суворе дотримання законодавства про працю. Система використання персоналу в організації повинна бути такою, щоб працівники могли давати найбільшу віддачу на своєму робочому місці.

Для того щоб найбільш повно і ефективно використовувати трудовий потенціал колективу організації в цілому, необхідно виявити, який трудовий потенціал має кожен працівник, як він змінюється на різних етапах життя. Впровадження інноваційних методів мотивації надасть можливість компанії не тільки зберегти існуючий трудовий потенціал, але й збільшити його та підвищити конкурентоспроможність свого підприємства на ринку.

З вищесказаного випливає, що основними конкурентними перевагами компанії є не тільки людські ресурси, але їх похідна - інноваційне вдосконалення системи розвитку людських ресурсів, таких як пошук нових підходів до управління трудовим потенціалом людських ресурсів компанії.

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ

Омельяненко В.А.

*Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка, м. Суми*

Цифрові технології проникають в дедалі більшу кількість економічних процесів, впливаючи на логіку функціонування економічних систем. У більшості випадків розширення використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій приводить до появи та розвитку результативних управлінських технологій, підприємницьких практик та успішних бізнесів.

Цифрова трансформація призводить як до процесних, так і структурних змін. Ефективне та системне використання інноваційних цифрових технологій і інструментів призводить до розуміння особливої пріоритетності теоретичного вивчення та поступового практичного переходу до нової логіки економіки.

Актуальність цифрової трансформації як на рівні окремого бізнесу, так і на рівні цілих галузей економіки призводить потребує комплексного вивчення проблем і можливостей цифрової економіки. Основними драйверами цифрової трансформації є нові продукти (сервіси), нові інформаційні й управлінські технології, інноваційні бізнес-моделі в рамках галузевих цифрових платформ.

В аналітичному звіті OECD (2018) [2] відзначається, що цифрові платформи та рішення в сфері наукової та інноваційної політики (DSIP) все більше пов'язують між собою різні джерела інформації та використовують нові технології і додатки, які усе більш широко застосовуються для аналітики інновацій. Ці рішення мають такий функціонал:

- дають можливість скласти більш повну картину про масштаби, тенденції й внесок наукової й інноваційної діяльності;
- надають потенційно корисні інструменти для полегшення процесу прийняття рішень.

Наприклад, міністерства можуть використовувати DSIP-системи для проектування, імплементації, моніторингу та оцінки політики. Фінансові агентства можуть їх використовувати для планування, координації, моніторингу та оцінки своєї діяльності. По мірі збільшення обсягу даних про дослідження а інновації DSIP-системи можуть трансформувати способи визначення науково-технічної політики та надання публічних послуг.

Результати дослідження [2] показують, що DSIP-системи можуть бути представлені в різних варіантах у контексті національних політик. Таким чином, створення DSIP-систем з урахуванням специфічної природи цифрового управління в сфері наукової та інноваційної політики є актуальним завданням розвитку конкурентоздатних національних інноваційних систем.

Література:

1. Омельяненко В.А. Мережевий аспект інформаційно-аналітичного забезпечення стратегій інноваційного розвитку. Причорноморські економічні студії. 2019. № 43. С. 74–78. URL: http://bses.in.ua/journals/2019/43_2019/13.pdf
2. OECD (2018). OECD Science, Technology and Innovation Outlook 2018. OECD Publishing. DOI: 10.1787/sti_in_outlook-2018-en

АНАЛІЗ РІВНІВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Омельяненко О.М.

*Сумський державний педагогічний
університет імені А.С.Макаренка, м. Суми*

Цифровізація – це процес, який в сучасних умовах активно відбувається практично у всіх галузях, однак в різних секторах він проходить з різною швидкістю. Також наявна значна диференціація на рівні окремих підприємств, кластерів підприємств чи регіонів. Згідно з аналізом експертів BCG у впровадженні цифрових технологій історично лідирують B2C-сектори, зокрема через використання інструментарію цифрового маркетингу, однак в рамках поширення Індустрії 4.0 відбувається активізація цифрової трансформації у B2B-секторах. В умовах необхідності переходу України до випереджального розвитку технологічних секторів актуальним завданням є вироблення відповідної стратегії цифровізації.

Для розробки відповідних стратегій цифровізацію доцільного розглянути як максимально повне використання потенціалу цифрових технологій у всіх аспектах бізнес-процесах, продуктах, сервісах і підходах до прийняття рішень. Варто враховувати, що для ефективної цифрової трансформації не достатньо лише наявності технології. Для того, щоб процес цифровізації був повноцінним, необхідні чітко сформульовані бізнес-завдання та відповідні дані. Таким чином, цифровізація неможлива без трьох вимірів: сформульованого бізнес-завдання, наявності даних і власне технологій.

В умовах обмеженості ресурсів та необхідності використання еволюційного підходу до цифрової трансформації варто розглянути її особливості на таких рівнях:

- створення технологічних рішень без радикального перегляду суміжних бізнес-процесів через впровадження не дуже великих і не дуже ризикованих, незалежних ініціатив або продуктів;

- повноцінна інтеграція з базовими системами організації в рамках комплексної програми через перехід від розрізнених ініціатив до більш широкої трансформації операційної моделі компанії, зокрема змін у бізнес-процесах, організаційній структурі, ключових показниках ефективності і навичок персоналу;

- створення комплексної цифрової платформи, в якій реалізовані унікальні компетенції та ноу-хау бізнес-моделі організації через цифровізацію взаємодії з зовнішніми постачальниками, клієнтами та контрагентами, позиціонування та просування існуючих продуктів та створення нових.

Результатом стратегії цифровізації є поступове створення унікальної екосистеми інноваційних технологій і сервісів, яка дозволить скористатися потенціалом цифрової платформи. Це можливо завдяки одночасному впровадженню декількох технологій, які створюють умови для синергії у комплексі «бізнес-завдання – дані – технології».

Література:

1. Банке Б. Цифровізація бізнеса. URL: <https://vlast.kz/corporation/24539-cifrovizacia-biznesa.html>

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЮВАННЯ У СФЕРІ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Осипова С.К.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Протягом останніх десятиріч у всьому світі спостерігається тенденція все більшого застосування бізнес-підходів для досягнення соціальних цілей. Соціальне підприємництво відносно нова форма організації, діяльності якої передбачає використання бізнес-моделей та спрямована на вирішення різноманітних проблем суспільства. Соціальна мета соціального підприємства є ключовим орієнтиром його діяльності, чітко зафіксована у статутних документах і є обов'язковою для виконання. Отриманий у ході діяльності такого підприємства прибуток спрямовується на реалізацію зазначених соціальних цілей. Соціальне підприємництво поєднує складні завдання: генерування доходу та створення соціальної цінності. Бізнес-моделювання є ефективним інструментом вирішення цієї багатовимірної задачі.

Бізнес-моделювання за своєю суттю є процесом складання бізнес-моделі, яка відображає основні елементи бізнесу та їх взаємозв'язки [1]. Сьогодні багато нових бізнес-моделей, які отримали широке застосування, запропонували так звані інноваційні підприємства. Наприклад, такі бізнес-моделі як «Sharing Economy» («Економіка спільного користування»), «Crowdsourcing» («Краудсорсинг»), «Subscription» («Підписка»), «Pay What You Can» («Плати скільки можеш»), «Franchising» («Франчайзинг»), «Razor and Blades» («Бритва та леза»), «Charity Shop» («Благодійний магазин») та інші. Соціальні підприємства можуть застосовувати різні підходи формування своєї бізнес-моделі. Ефективним інструментом бізнес-моделювання є використання різноманітних каркасів бізнес-моделей.

Одним з оптимальних каркасів бізнес-моделі для соціального підприємництва є «Social Enterprise Canvas» («Канва соціального підприємства»), яку розробив Штефан де ла Пена Кік на основі «Business Model Canvas». «Канва соціального підприємства» складається з п'ятнадцяти блоків.

У першому блоці фіксується соціальна місія підприємства. У наступному блоці зазначаються цінності товару чи послуги, які пропонуються клієнтам. Далі описується соціальна проблема, яку планує вирішувати підприємство. Наступний блок визначає шляхи вирішення проблеми. П'ятий блок зазначає основні активності підприємства. У наступному чітко прописуються цільові групи. Далі описується взаємодія з цільовими групами. Зазначаються канали доступу до цільових груп. Важливим блоком є визначення основних партнерів соціального підприємства. У одному з блоків складається перелік стейкхолдерів. Обов'язковим блоком є структура витрат підприємства. Далі планується структура доходів підприємства і визначаються економічні показники аналізу роботи підприємства.

МОТИВАЦІЙНО-ПРОФІЛАКТИЧНІ НАПРЯМИ КОРЕГУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ВИГОРАННЯ ПЕРСОНАЛУ

Остряніна С.В., Смаженко Л.О.

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава

Сучасне життя саме по собі сприяє стресам: зміни в політичному житті, економіці, напруженість на роботі, конфлікти і особисті переживання призводять до того, що людина починає звикати до своїх стресів, накопичуючи психічну напруженість, наближаючись до депресії і глибших психічних порушень. Стреси стали складовою життя сучасної людини, здатними призводити до розвитку «феномену професійного (емоційного) виснаження», вперше описаного американським психіатром Дж. Фрейденбергом на початку 70-х років. Цей стан він назвав «burnout» (вигорання). Згодом, відомий американський психолог Каліфорнійського університету Христина Маслач дала «жорстке» формулювання цього поняття: «Виснаження – плата за співчуття» [1]. Уточнення та деталізацію прояву синдрому «професійного вигорання» показано у методиках: «Діагностики рівня емоційного вигорання» (В.В. Бойко); «Визначення психічного «вигорання» (О.О. Рукавішніков); «Синдром «вигорання» в професіях системи «людина – людина» (Г.С. Нікіфоров); «Оцінка власного потенціалу «вигорання» (Дж. Гібсон); «Дослідження синдрому «вигорання» (Дж. Грінберг) та інші.

Розглянуті методики допомагають усвідомлювати основні причини «згорання»: зниження мотивації до роботи; напруженість і конфлікти у професійному оточенні, недостатня підтримка з боку колег; високою особистісною тривожністю; недостатні умови для самовираження, експериментування та інновацій; одноманітність діяльності й невміння творчо підійти до виконуваної роботи; вкладання в роботу значних особистісних ресурсів за недостатнього визнання і відсутності позитивного оцінювання з боку керівництва; зверхність у ставленні до колег; робота без перспективи, неможливість побудувати професійну кар'єру; невмотивованість персоналу, результати роботи з якими «непомітні»; зниження продуктивності праці; незадоволення собою. Отже, «згорання» має прояви у різних напрямках трудового процесу – професійної діяльності, особистості професіонала, професійного спілкування.

Отримані результати сучасних досліджень відкривають напрями для корегування синдрому «вигорання», а саме: розробка системи мотивації; забезпечення та підтримка психологічного комфорту у колективі; самовдосконалення (участь у конференціях, семінарах, вебінарах); креативність у вирішенні професійних завдань; вести активне соціальне життя; пошук нових контактів; високий рівень комунікативних умінь; піклування про своє здоров'я, дотримання режиму харчування і сну відповідно до біологічного ритму; орієнтація на компроміс.

Література:

1. Маслач К. Профессиональное выгорание: как люди справляются : практикум по соц. психологии / К. Маслач. – СПб. : Питер, 2001. – 528 с.

МЕТОДИ ДІАГНОСТИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ

Пантелєєв М.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Розробка відповідних заходів, пошук «вузьких» місць та проблемних моментів у діяльності підприємств розуміє під собою діагностику з метою цільової оцінки сфер діяльності організацій. Необхідно коректно обирати методи діагностики та рівень кваліфікації робітників, які будуть проводити діагностику, тому що якість від цього залежить якість результатів діагностики виробничо-господарської діяльності. Тож, під методами діагностики підприємства можна розуміти способи та певні прийоми цільового оцінювання стану заданих об'єктів з метою інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень щодо функціонування організації загалом та її окремих підрозділів та сегментів [1,2]. Цільове оцінювання стану підприємства може бути ретроспективне, поточне та перспективне. Таким чином виникає певна необхідність у формулюванні класифікації методів діагностики [3,4].

Отже, методи діагностики діяльності підприємств можливо класифікувати за такими ознаками: За вираженням: кількісні методи статистичних процедур; якісні методи. За формою відображення: фактологічні; розрахунково-аналітичні; документальні. За обґрунтуванням: теоретичні; емпіричні. За кількістю критеріїв: монокритеріальні; полікритеріальні. За характером досліджуваних взаємозв'язків: лінійні; нелінійні. За спрямуванням: методи прогнозування діагностики; методи поточної діагностики; методи ретроспективної діагностики. За універсальністю: уніфіковані; вузькоспеціалізовані. За рівнем дослідження: аналіз; синтез. За ступенем формалізації: неформалізовані; формалізовані тощо. На основі узагальнення літературних джерел та дослідження практики функціонування підприємств можна виділити перелік ключових чинників, які визначають вибір адекватних ситуації методів діагностики діяльності підприємства та організацій.

Література:

1. Швиданенко Г.О. Бізнес-діагностика підприємства: [навчальний посібник] / Г.О. Швиданенко, А.І. Дмитренко, О.І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2008. – 344 с.;
2. Мельник О.Г. Методи діагностики виробничо-господарської діяльності підприємства. 2009. С.120-124.
3. Shmatko N. The large-scale economic and industrial systems structural and organizational sustainability ensuring through enterprise engineering methodology / N. Shmatko // Nauka i Studia. – 2018. – № 14 (194). – Р. 3-13.;
4. Шматько Н. М. Концептуальні засади підтримки стійкості функціонування великомасштабних економіко-виробничих систем / Н. М. Шматько // Економіка розвитку = Economics of development. – 2017. – № 4 (84). – С. 16-27.

УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Пантелєєв М.С., Рижа С.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Потенціал підприємства поділяється на певні види складових, це суб'єктні складі, в які входять науково-технічний потенціал, потенціал організаційної структури управління, управлінський потенціал, маркетинговий потенціал та логістичний потенціал та об'єктні складові.

Компоненти виробничого потенціалу підприємства – це засоби виробництва продукції та потенціал технологічного персоналу тобто робоча сила. До засобів виробництва відносяться: потенціал землі та природно-кліматичні умови, потенціал основних фондів або засоби праці, потенціал оборотних засобів (предмети праці) та потенціал нематеріальних активів [1,2].

На рисунку 1 наведена структура виробничого потенціалу на основі ресурсно-функціонального підходу.

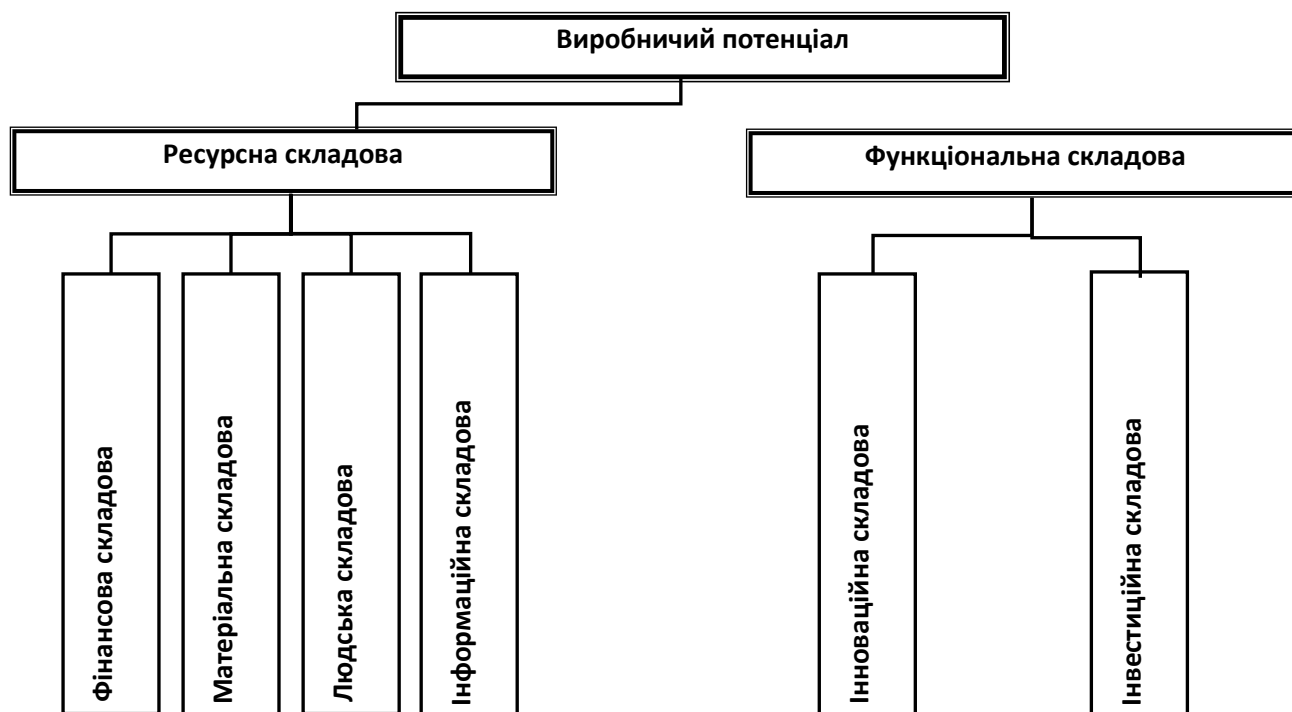


Рисунок 1. Складові виробничого потенціалу

Структура включає фінансову, матеріальну, людську, інформаційну складові як ресурсні, що характеризують ефективність використання виробничого потенціалу в тактичному періоді, і інвестиційну та інноваційну як функціональні, які забезпечують розвиток підприємства і характеризує ефективність використання потенціалу в стратегічному періоді.

Література:

1. Shmatko N. The large-scale economic and industrial systems structural and organizational sustainability ensuring through enterprise engineering methodology / N. Shmatko // *Nauka i Studia*. – 2018. – № 14 (194). – Р. 3-13.;
2. Шматько Н. М. Концептуальні засади підтримки стійкості функціонування великомасштабних економіко-виробничих систем / Н. М. Шматько // *Економіка розвитку = Economics of development*. – 2017. – № 4 (84). – С. 16-27.

РЕІНЖИНІРИНГ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Пасько М.І., Василяшко В.О.

*Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця,
м. Харків*

В роботі розглядаються питання формування ефективної команди для реінжинірингу маркетингової діяльності підприємства. В сучасних ринкових умовах господарювання підприємство, як складна соціально-економічна система, знаходиться в процесі постійних внутрішніх змін, важливим джерелом яких виступають процеси ускладнення внутрішнього середовища й самоорганізації. Важливу роль у формуванні ефективної команди при реінжинірингу бізнес-процесів відіграє система компетентностей та навичок членів команди, а також розроблення заходів щодо подолання опору змінам. Для перетворення зовнішніх загроз у стратегічні можливості необхідно використовувати енергію опору змін на користь заходів з реінжинірингу. Щоб зменшити опір змінам мають бути змінені переконання людей. Kottler та Schlesinger систематизували та запропонували способи подолання опору персоналу [1].

Авторами [2] із врахуванням специфіки вітчизняних машинобудівних підприємств розроблено заходи щодо подолання опору персоналу організаційним змінам у маркетинговій діяльності, серед яких слід виокремити такі: гарантії для працевлаштування людей з робочих місць, скорочених через трансформації; компенсація заробітної плати за перехідний період встановлення змін з точки зору оплати праці; включення потенційних опонентів перетворень у колективі, надання їм повноважень та обов'язків, у тому числі від навчання та звітування перед персоналом про суть та переваги трансформацій; регулююче забезпечення перетворень та особистих зобов'язань і призначень. Залучення працівників до процесу перетворень у маркетингу компанії, створюючи для них можливість висловлювати свої пропозиції щодо цілей та методів трансформації, обговорюючи з ними організаційні зміни, запевняючи персонал у необхідності та правильності методів трансформації, пов'язаних з навчанням професії та нові методи роботи, психологічний аналіз персоналу, розуміння соціальних проблем та потреб персоналу - все це доступний інструмент для трансформації різкого опору на плідну співпрацю та сприяння успішній трансформації [2]. Робота з потенційним опором персоналу є ключовою умовою успіху проекту реінжинірингу маркетингової діяльності.

Література:

1. Kottler J. P., Schlesinger C. A. Choosing Strategies for Change. *Harvard Business Review*. 1979. Volume 2(57) P. 1-11. URL: https://projects.iq.harvard.edu/files/sdpfellowship/files/day3_2_choosing_strategies_for_change.pdf?m=144
2. Taraniuk L.M., Kobyzskyi D.S., Taraniuk K., Dimitrova V. Personnel aspects of marketing activity reengineering at the industrial enterprises. *Innovative Marketing*. 2018. Volume 14(2). P. 26-34. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/im.14\(2\).2018.03](http://dx.doi.org/10.21511/im.14(2).2018.03)

ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМКИ ФІНАНСУВАННЯ КОМУНАЛЬНИХ НЕКОМЕРЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Передрій А.Е.Ю.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м.Харків*

В сучасному світі організація охорони здоров'я - це складова політики і передумова сталого розвитку суспільства. Право на охорону здоров'я закріплено в Конституції та законах України, інших нормативно-правових документах. В Україні триває медична реформа [1].

Лікарні набули статусу некомерційних комунальних підприємств. Перетворення лікарень на комунальні некомерційні підприємства дозволить розширити права медичних закладів до рівня всіх інших суб'єктів господарювання.

Автономізація закладів охорони здоров'я сприяє збільшенню господарської та фінансової автономії (самостійності) та управлінської гнучкості комунальних закладів охорони здоров'я, формуванню у них стимулів для поліпшення якості медичного обслуговування населення і водночас підвищення економічної ефективності використання активів.

Медзаклади первинної ланки отримують фінансування від Національної служби здоров'я згідно з тарифом надання первинної медичної допомоги за кожного пацієнта, який підписав декларацію з лікарем цього закладу.

З 2020 року медзаклади вторинної і третинної ланки переходитимуть на нову модель фінансування. Лікарні почнуть отримувати фінансування в залежності від об'єму наданих послуг згідно з договором, який вони укладатимуть з НСЗУ. Вартість послуг буде визначатися відповідно до тарифу надання медичних послуг.

Національна служба здоров'я України (НСЗУ) повинна надати Міністерству охорони здоров'я України план заходів та фінансових розрахунків для впровадження медичної реформи з 1 квітня 2020 року [2]. Відповідне доручення Міністр охорони здоров'я України Ілля Ємець дав НСЗУ під час наради із керівництвом Служби 11 березня 2020 року.

Література:

1. Передрій А.Е.Ю. Інноваційні напрямки управління комунальними некомерційними підприємствами / Г.В. Семенченко, А.Е.Ю.Передрій // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2019. № 23 – С. 38- 41.

2. Міністр охорони здоров'я України Ілля Ємець поставив завдання перед НСЗУ надати план заходів щодо реалізації медичної реформи з 1 квітня [Електронний ресурс] <https://moz.gov.ua/article/reform-plan/ministr-ohoroni-zdorov%e2%80%99ja-ukraini-illja-emec-postaviv-zavdannja-pered-nszu-nadati-plan-zahodiv-schodo-realizacii-medichnoi-reformi-z-1-kvitnja>

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Перерва П.Г., Виниченко А.А., Товажнянская О.И.

Национальный технический университет «ХПИ», г. Харьков

Современный этап развития экономики Украины настоятельно требует особого внимания к вопросам интеллектуальной собственности (ИС), находящейся в распоряжении государства, отдельных предприятий и фирм, частных лиц. Рациональное использование объектов ИС может эффективно отразиться как на благосостоянии отдельной личности, фирмы или организации, так и на стране в целом. Однако в этом направлении имеют место отдельные достаточно важные трудности, которые, на наш взгляд, можно свести к следующему. Нынешние условия в нашей стране практически не содержат действенного организационно-экономического и технологического механизма, который бы обеспечивал формирование интеллектуального потенциала Украины. Такое положение прямо влияет на недостаточно высокие, а в ряде случаев недопустимо медленные темпы обновляемости объектов ИС. Это привело к тому, что на государственном уровне ИС стала рассматриваться в качестве объекта, имеющего значительную ценность. Инновационный путь развития отечественной экономики предполагает необходимость усиления роли государства в отношении такого ресурса национального богатства как ИС. Она принадлежит частным лицам, но будучи вовлеченной в хозяйственный оборот напрямую обеспечивает общенациональные интересы. В этой связи крайне необходимы государственные механизмы в исследуемой области, защищающие интересы государства и препятствующие перетеканию интеллектуальной собственности в частный сектор и в западные страны. Чрезвычайно важно, на наш взгляд, создание на государственном уровне определенного органа, в ведение которого могут быть переданы вопросы использования объектов, созданных в результате творческой деятельности. Этот тезис не следует понимать как создание определенного полицейского надзора за учеными и новаторами, а разработка соответствующих рыночных механизмов, привлекающих к национальную интеллектуальную элиту творческой деятельности именно в Украине, использованию отечественных научных разработок в отечественной экономике, получать максимальный эффект от их применения, что будет напрямую способствовать росту конкурентоспособности отечественной экономики и росту благосостояния нашего народа.

Литература:

1. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
2. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
3. Перерва П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 3. Управление ассортиментом продукции.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
4. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592 с.
5. Перерва П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 3. Управление ассортиментом продукции.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
6. Перерва П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 4. Исследование рынка промышленной продукции.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 96 с.

ДО ПИТАННЯ ПРО ПРИРОДУ ІННОВАЦІЙНИХ ЕКОСИСТЕМ

Підоричева І.Ю.

Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ

Екосистема, як поняття, вперше використано для опису природних екологічних систем як сукупності організмів, що взаємодіють один з одним і з навколишнім середовищем неживої матерії та енергії в межах певної території. В економіку метафора екосистеми була запозичена М. Ротшильдом у вигляді «біономіки» (економіки як екосистеми), але широкого поширення набула під назвою «бізнесової екосистеми» як зовнішнього середовища фірми, концепцію якої запропонував Дж. Мур. Поступово метафора екосистеми почала вживатися в інших контекстах, у тому числі пов'язаних з інноваціями.

Узагальнення теоретичних підходів до розуміння інноваційних екосистем, визначення відмінностей між екосистемами і системами інновацій дозволило встановити, що:

інноваційний процес протікає за нелінійною логікою та має інтерактивну природу. Інтерактивність передбачає створення інновацій організаціями, що належать до різних інституціональних секторів, в режимі діалогу, узгодження та зворотного зв'язку;

інновації не створюються у закритих середовищах, а потребують все більшої кількості суб'єктів для їх продукування;

інноваційні екосистеми є відкритими динамічними середовищами, що складаються з організацій, людей та інститутів, які взаємодіють при створенні, використанні та поширенні інновацій;

інноваційні екосистеми є утвореннями, що самоналаштовуються, та регулюються методом «знизу»;

інноваційні екосистеми засновані на ко-спеціалізації та спільному створенні нових цінностей, за якої учасники екосистеми беруть участь в різних, але взаємодоповнюючих видах діяльності;

інноваційним екосистемам властива коеволуція, тобто кожен її учасник не може розвиватися ізольовано від інших, ізоляція одного з них може викликати негативні наслідки для всієї екосистеми;

учасники інноваційних екосистем співпрацюють в режимі коллаборації, коли незалежні зацікавлені організації інтерактивно обмінюються знаннями і ресурсами, розподіляють ризики і зобов'язання, формуючи культуру довіри, спільні правила і структури, для вирішення складної проблеми або досягнення спільної мети;

екосистеми не скуті просторовими межами і можуть формуватися на декількох рівнях абстракції і деталізації – від окремого проекту до підприємства, на національному, регіональному (локальному), глобальному рівнях та навіть віртуально (у випадку платформ).

Концепція інноваційної екосистеми надає набагато краще уявлення про природу інноваційних процесів, що протікають в сучасних реаліях, ніж традиційний системний підхід.

НОРМАТИВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОБЛІКУ ВИПЛАТ ПРАЦІВНИКАМ

Побережна Н.М., Яцук Я.П.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Виплати працівникам на підприємстві в українській нормативній базі регулюються Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 26 «Виплати працівникам» [1], а виплати фінансовими інструментами та пов'язаним особам – відповідно до П(с)БО 13 «Фінансові інструменти» [2] та П(с)БО 23 «Розкриття інформації щодо пов'язаних сторін» [3].

Також особливої уваги заслуговує Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 19 «Виплати працівникам» [4], відповідно до якого всі виплати поділяються на короткострокові виплати, виплати по закінченні трудової діяльності, інші довгострокові виплати та виплати при звільненні.

Короткострокові виплати працівникам – це виплати працівникам (окрім виплат при звільненні працівників), які підлягають сплаті в повному обсязі протягом дванадцяти місяців після закінчення періоду, в якому працівники надають відповідні послуги.

Виплати по закінченні трудової діяльності – це виплати працівникам (окрім виплат при звільненні працівників), які підлягають сплаті після закінчення трудової діяльності [4, п. 7].

До інших довгострокових виплат працівникам запропоновано відносити: додаткову відпустку за вислугу років; оплачувану академічну відпустку; виплати з нагоди ювілеїв чи інші виплати за вислугу років; виплати за тривалою непрацездатністю; отримання частки прибутку; премії та відстрочену компенсацію, якщо вони підлягають сплаті після завершення дванадцяти місяців після закінчення періоду або пізніше [4, п. 4].

Виплатами при звільненні вважаються виплати працівникам, які підлягають сплаті в результаті: а) рішення суб'єкта господарювання звільнити працівника до встановленої дати виходу на пенсію, або б) рішення працівника погодитися на добровільне звільнення в обмін на такі виплати [4, п. 7].

Література:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 26 «Виплати працівникам» [Електронний ресурс] : затв. наказом Міністерства фінансів України від 28.10.2003 р. № 601.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 13 «Фінансові інструменти» [Електронний ресурс] : затв. наказом Міністерства фінансів України від 30.11.2001 р. № 559.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 23 «Розкриття інформації щодо пов'язаних сторін» [Електронний ресурс] : затв. наказом Міністерства фінансів України від 18.06.2001 р. № 303.
4. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 19 «Виплати працівникам» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_011.
5. Побережна Н.М. Напрямки удосконалення систем оплати праці персоналу підприємства / Н.М. Побережна, М.С. Пантелєєв, А.Г. Чижик // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2015. – № 25 (1134). – С. 104-110.

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙ ЯК ОБ'ЄКТА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Побережний Р.О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Дослідження сучасних науковців [1-4] свідчать, що досвід провідних країн світу, яким притаманні високі темпи зростання економіки і сталий соціально-економічний розвиток, показує, що джерелами піднесення є впровадження високих технологій, активна інноваційна діяльність у всіх сферах економіки, особливо – в базових галузях, здатних створити значний мультиплікативний ефект [1, с. 31].

Вважаємо доцільним виокремити основні фактори, що обумовлюють виникнення інновацій промислового підприємства [2, с. 28] з розподілом їх на внутрішні – умови, особливості господарювання на підприємстві та зовнішні – зміни ринкового середовища функціонування.

До внутрішніх позитивних факторів віднесемо: потребу у реалізації власних науково-конструкторських розробок; зростання попиту на реалізовану продукцію; виникнення можливостей активізації інноваційної діяльності; підвищення конкурентоспроможності; вихід на нові ринки збуту продукції тощо. До внутрішніх негативних – зниження продуктивності праці, рівня прибутковості; зменшення частки ринку збуту продукції; падіння курсу акцій; зростання кредиторської заборгованості; зниження якості виробів тощо.

При цьому до зовнішніх факторів прямої дії віднесемо: споживачів; підприємства-конкуренти; державні органи, громадські організації; інших контрагентів. До зовнішніх факторів опосередкованої дії доцільним буде віднести: науково-технічне середовище; соціально-політичне середовище; демографічні та екологічні чинники тощо [2, с. 29].

Література:

1. Державне управління інноваційною діяльністю в Україні: проблеми та перспективи / О. В. Пилипенко // Економіка України. – 2016. – № 9. – С. 31-43.

2. Постова В. В. Формування системи стратегічного управління інноваційною діяльністю підприємств машинобудування: дис. ...канд. екон. наук : 08.00.04; ХНУ; наук. кер. Левицька І.В. – Хмельницький : [б. в.], 2017. – 247 с.

3. Організація та управління інноваційною діяльністю : підручник / П. Г. Перерва [та ін.] ; ред.: П. Г. Перерва, С. А. Мехович, М. І. Погорелов ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : НТУ "ХПІ", 2008. – 1025 с.

3. Побережний Р. О. Інноваційна діяльність в Україні: напрями та державне регулювання / Р. О. Побережний // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я = Information technologies: science, engineering, technology, education, health : наук. вид. : тези доп. 26-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2018, [16-18 травня 2018 р.] : у 4 ч. Ч. 3 / ред. Є. І. Сокол. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – С. 234.

4. Побережна Н. М. Аналіз факторів впливу на інноваційний розвиток промислових підприємств: практичний аспект / Н. М. Побережна // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету : зб. наук. пр. Сер. : Економіка і менеджмент. – Одеса : МГУ, 2016. – Вип. 21. – С. 81-86.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Побережний Р.О., Музичко В.А.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Динамічний розвиток малого підприємництва є чинником формування конкурентного середовища, прискорення науково-технічного прогресу, зростання рівня зайнятості, формування середнього класу [1, с. 82].

До основних проблем розвитку малого підприємництва слід віднести такі.

1) загальний стан економіки України.

2) монополізація бізнесу.

3) низька конкуренція на внутрішніх ринках. У багатьох сферах спостерігається висока концентрація великих підприємств, а показники виходу на ринок нових фірм залишаються низькими.

4) обмежений доступ до фінансових ресурсів. Малий бізнес має менші можливості для розвитку, оскільки за однакового рівня фіскального тиску великі підприємства мають суттєво більші можливості щодо залучення фінансових ресурсів.

5) обмежений доступ до ринку. Порівняно з великими корпораціями суб'єкти малого бізнесу мають менші можливості розширення географії збуту своєї продукції, а також участі в державних закупівлях.

6) технологічні бар'єри, зокрема обмежений доступ до інновацій та досліджень. Через брак фінансових та людських ресурсів малі підприємства мають незначні можливості самостійно реалізовувати дослідницькі проекти, спрямовані на постійне технічне та технологічне вдосконалення [1, с. 85].

На сучасному етапі розвитку економічних відносин в Україні законодавчу основу ведення малого і середнього бізнесу та застосування загальної або спрощеної системи оподаткування, обліку і звітності складають: Податковий кодекс України від 02.12.2010 року № 2755-VI із змінами і доповненнями; Господарський Кодекс України від 16.01.03 № 436-IV із змінами та доповненнями; Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» № 4618-VI від 22.03.2012; Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.99 р. №996-XIV та Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Спрощена фінансова звітність», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 24.01.2011 р. № 25 із змінами і доповненнями [2, с. 72].

Література:

1. Стешенко О. О. Державне регулювання розвитку малого бізнесу в сучасних умовах / О. О. Стешенко // Приазовський економічний вісник : електрон. наук. журн. – 2018. – Вип. 3 (08). – С. 82-88.

2. Побережна Н. М. Підприємства малого та середнього бізнесу: визначення та особливості державної підтримки / Н. М. Побережна // Забезпечення стійкого економічного розвитку країни: можливості та перспективи : зб. тез Міжнар. наук.-практ. конф., 21-22 жовтня 2016 р. – Львів : ЛЕФ, 2016. – С. 72-74.

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ

Погорєлова Т.О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В сучасних умовах перед керівниками підприємств стоять принципово нові завдання. Основні з них: стимулювання праці найманого персоналу, індексація заробітної плати в умовах інфляції, забезпечення відповідності рівня кваліфікації персоналу жорстким вимогам сучасної економіки.

На підприємствах існують протиріччя між проголошеними цілями підприємства й функціями відділів з управління трудовими ресурсами. Так, у списку обов'язків значаться дії з обліку, контролю, мотивації персоналу, регулювання відносин між керівною ланкою та персоналом. Однак, у дійсності функції служб управління персоналом, виявляються обмеженими [1].

Успішний розвиток виробництва у сучасних умовах у чималій мірі залежить від конкурентоспроможності трудових ресурсів. А вона досягається постійним розвитком персоналу, підвищенням кваліфікації, стратегічним визначенням необхідної кількості, його професійною орієнтацією на даному виробництві. Сформована в Україні політика у сфері трудових ресурсів неефективна. Ринок професій й ринок освітніх послуг в Україні практично не взаємозалежні.

Ключовою проблемою для абсолютної більшості українських підприємств є проблема неефективного управління трудовими ресурсами. Саме тепер наступив час, коли необхідно приділяти більше уваги планомірній підготовці й особливо перепідготовці кваліфікованих управлінських кадрів. Це дозволить швидше й ефективніше реагувати на зміни в країні, підсилити в ринковій діяльності елементи стабільності, солідності, репрезентативності, тверезого розрахунку, відмови від надмірно ризикованої маніпулятивної гри.

У даний час мало налічується українських підприємств, які підготовку й постійне підвищення кваліфікації персоналу ставлять у ранг своїх пріоритетних завдань. У більшості випадків у цьому питанні підприємства продовжують жити одним днем, зосереджуючи свою увагу на вирішенні поточних проблем. Ринок освітніх послуг виявився практично незбалансованим з реальними потребами ринку кваліфікованої праці. Якісний рівень працівників підприємств не відповідає вимогам, запропонованим на міжнародному ринку праці.

Основною конкурентною перевагою будь-якого підприємства, що намагається зміцнити свої позиції на ринку, є його трудові ресурси, пошук шляхів активізації яких і врахування психологічних особливостей стають одними з основних факторів підвищення ефективності діяльності [2].

Література:

1. Александрова А. Ну вы даете! / А. Александрова // Карьера. – 2001 – № 3. – С. 22 – 28.
2. Менеджмент підприємств у сучасних умовах ведення господарської діяльності / Т.О. Погорєлова, К.В. Андренко, Ю.Г. Новікова // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Збірник наукових праць. – Х.: НТУ «ХПІ». - 2018. – №19(1295). – С. – 116-120.

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ КОЛЕКТИВОМ

Погорєлова Т.О., Сапєта О.А.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Підприємство є соціальною системою, де взаємодіють окремі особи і формальні і неформальні групи. І від психологічного клімату, від настрою кожного працівника залежить і продуктивність праці, і здоров'я працівників.

Якість соціально-психологічного клімату в колективі визначає відношення керівника до суспільства в цілому, до своєї організації і до кожної людини окремо. Якщо в його розумінні людина представляється як ресурс, сировинна і виробнича база, то такий підхід не дасть належного результату, в процесі управління виникне перекіс і недолік або перерахунок ресурсів для виконання конкретної задачі.

Щоб зрозуміти, що таке управління персоналом, ми повинні в першу чергу взнати, в чому полягає робота менеджера. Більшість експертів згодилися, що існує п'ять основних функцій, які виконують менеджери: планування, організація, підбір персоналу, керівництво, контроль. Разом ці функції є тим, що звичайно ми називаємо процесом управління.

Управління персоналом відповідає концепціям і методам, які керівнику необхідно використовувати при роботі з персоналом.

Методи управління – це способи здійснення управлінських дій на персонал для досягнення цілей управління виробництвом. Розрізняють адміністративні, економічні та соціально-психологічні методи, які розрізняються способами дії на людей.

Під соціально-психологічними методами управління розуміють конкретні прийоми і способи дії на процес формування і розвитку самого колективу і окремих працівників. Розділяють два методи: соціальні (направлені на колектив в цілому), і психологічні (направлені на окремих осіб усередині колективу). Ці методи мають на увазі упровадження різних соціологічних і психологічних процедур в практику управління.

Соціально-психологічні методи є найтоншим інструментом дії на соціальні групи людей і особу людини.

Література:

1. Інноваційні технології в управлінні персоналом на сучасному підприємстві / Т.О. Погорєлова // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) – Х.: НТУ «ХПІ». - 2018. – №15(1291). – С. – 101-104.
2. Менеджмент підприємств у сучасних умовах ведення господарської діяльності / Т.О. Погорєлова, К.В. Андрєнко, Ю.Г. Новікова // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Збірник наукових праць. – Х.: НТУ «ХПІ». - 2018. – №19(1295). – С. – 116-120.
3. Забезпечення етичної поведінки на українських підприємствах / Т.О. Погорєлова, К.Д. Боброва // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Збірник наукових праць. – Х.: НТУ «ХПІ». - 2018. – №20(1296). – С. – 41-44.

АНАЛІЗ МЕХАНІСТИЧНОГО ТА ОРГАНІЧНОГО ТИПУ ОРГАНІЗАЦІЙ

Подоприхіна Т.О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

У 60-х роках деякі організації зіткнулися з тенденцією, коли зовнішні умови їх діяльності змінювалися швидко, проекти ставали складними, а технології розвивалися так бурхливо, що недоліки механістичного типу управління почали переважати над їх позитивними рисами.

Зараз ми бачимо зміну у тому, як організації баланують між стабільністю та динамічністю. Саме тому організації почали розробляти та впроваджувати нові, більш гнучкі типи організаційних структур, засновані на цілях та припущеннях, що радикально відрізняються від покладених в основу механістичних структур. Новий тип структури організацій з'явився та отримав назву «органічна» модель організації. Термін "органічний" надає організації ознак живого організму, вільного від недоліків механістичної структури [1].

В роботі були проаналізовані риси механістичного та органічного типу організацій та сформоване їх порівняння у таблиці 1 [2].

Таблиця 1. Порівняння механістичного та органічного типу організацій

Категорії	Механістичний тип	Органічний тип
Структура	Консервативна структура	Гнучка структура
Цілі і завдання	Чітко визначені завдання	Динамічні завдання
Зміни	Протидія змінам	Готовність до змін
Влада	Встановлюється на основі позиції в організації	Влада базується на знаннях і досвіді
Контроль	Ієрархічна система контролю	Самоконтроль
Комунікація	Тип комунікацій «зверху вниз» (командний)	Багатонаправлені комунікації
Розподілені команди	Неможливі	Можливі

Література:

1. Burns, T. and Stalker, G. (1961). The Management of Innovation. London: Tavistock Publications.
2. Ю.Р.Бич Менеджмент. Навчальний посібник (тексти лекцій). – Самбір, НОЦ СТЕТІ, 2010. – 242с.

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ВОЛИНСЬКОГО РЕГІОНУ

Поліщук Л.М., Тищук І.В.

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

У сучасних умовах розвитку готельне господарство є однією з головних складових туристичної галузі України. Волинська область є однією з перспективних для розвитку туризму територій України. Щодо кількості готелів, то ситуація залишається стабільною. Перспективний потенціал щодо поселення людей складають гуртожитки, які можуть працювати в літній час у форматі недорогих готелів чи хостелів.

Велику роль в розвитку туризму відіграють маленькі готелі, мотелі та приватні садиби, які здійснюють свою роботу на околицях або за межами міста. Кількість таких об'єктів постійно збільшується. Перевагою їх є гарне співвідношення ціна/якість та набір додаткових послуг, цікавих туристам.

Упродовж 2013-2017 рр. послугами колективних засобів розміщення скористалися 117939 тис. осіб, у тому числі у готелях та аналогічних засобах розміщення зупинялися 85182 тис. приїжджих (таблиця 1).

Таблиця 1

Кількість колективних засобів розміщування у Волинській області [1]

	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість колективних засобів розміщування	150	138	139	137	131
Кількість розміщених	117939	108129	112480	117455	124937
Кількість готелів та аналогічних засобів розміщування	67	64	66	61	58
Кількість розміщених	85182	76067	83657	89021	94701

На рис. 1 графічно зображено динаміку кількості колективних засобів розміщування Волинської області з 2013 по 2017 рр.

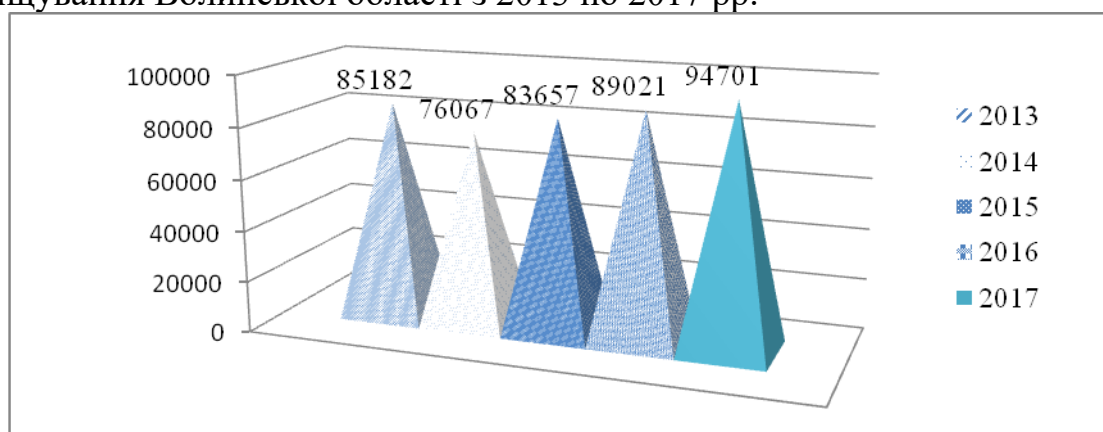


Рис.1. Кількість розміщуваних готелях та в аналогічних засобах розміщення

Як бачимо з діаграми кількість розміщуваних в готелях та аналогічних засобах розміщування з кожним роком збільшується, не зважаючи на зменшення кількості КЗР і уже в 2017 році сягає 94701, що на 5680 тис. осіб більше ніж у 2016 році.

Література:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

ПОЄДНАННЯ ОНЛАЙН ТА ОФЛАЙН ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ НА ПРИКЛАДІ АВТОМОБІЛЬНОГО РИНКУ

Пономаренко В.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м.Харків*

В роботі розглянуто ефективність проведення маркетингових заходів комбінованого типу. Даний тип поєднує в собі акції та інструменти онлайн та офлайн. Ринок автомобілів в Україні можна поділити на 2 основних типи - продаж нових автомобілів та продаж уживаних автомобілів (розмитнені та зареєстровані в Україні). За попередній рік (2019) [1] було реалізовано 89,4 тис нових легкових автомобілів, що на 14% більше за обсяг продажів у 2018 році. Щодо даних по ввезених імпортованих автомобілів за 2019 рік [2] показник сягає 377,4 тис автомобілів, що в 4 рази більше за попередній рік.

На території України функціонують офіційні дилерські центри продажів, а також автосалони продажів уживаних імпортованих автомобілів, що діють по передзамовленню та реалізують наявні товари. Конкуренція на автомобільному ринку ускладнюється платоспроможністю населення, адже все більша кількість приватних покупців віддають перевагу меншій ціні за уживані автомобілі [3], ніж за нові моделі з дилерських центрів. А також набирає популярності та стрімкого росту ринок електромобілів. Важливим питанням постає запровадження акцій та заходів, для привертання уваги (а також формування бази лідів) серед високої конкуренції на ринку. Інтернет-маркетинг не дуже поширений серед українських дилерських центрів, що реалізують нові автомобілі. З рекламних заходів переважають оффлайн реклама - розміщення на бігбордах. Серед компаній, що реалізують продаж б/у автомобілів під замовлення навпаки переважає розміщення реклами в групах Телеграм та рекламні оголошення в мережі Інтернет [4]. Актуальним постає питання поєднання інструментів офлайн та онлайн маркетингу для поєднання аудиторії, комунікації, реалізації спеціальних заходів та формування бренду в українському суспільстві. Найефективнішим наразі є проведення тест-драйв заходів з трансляцією в онлайн, запрошення лідерів думок, підготовка PR матеріалів, розміщення в соціальних мережах, створення відео та фото матеріалів для використання під час рекламних кампаній та в контент-стратегії, отримання текстових та відео відгуків тощо. Найголовнішим результатом стає зростання впізнаваності бренду, конкретного салону, а також конкретної моделі автомобіля.

Література:

1. Инвестиционная аналитика

URL:<https://inventure.com.ua/analytics/investments/avtomobilnyj-rynok-ukrainy-2019-2020>

2. Delo.ua URL: <https://delo.ua/business/v-ukraine-bolee-chem-vdvoe-vyrosli-prodazhi-pode-361607/>

3. Центр транспортных стратегий URL:

https://cfts.org.ua/news/2019/06/05/rynok_b_u_legkovykh_avto_za_5_mesyatsev_2019_goda_prev_zoshel_prodazhi_novykh_mashin_v_7_raz_53630

4. О. Косенко, В.Пономаренко. Визначення терміну інтернет-маркетингу в умовах сучасного розвитку технологій та міжнародного ринку - Вісник НТУ «ХПІ», №24, 2019.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОЛІЄДОБУВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ КОРОНАВІРУСУ

Попов М.О., Маслак М.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В сучасних ринкових умовах господарювання олієжирова промисловість України є перспективною експортоорієнтованою галуззю, від розвитку якої залежить поліпшення соціального клімату за рахунок створення нових робочих місць, наповнення бюджету, зростання конкурентоспроможності країни. Одним із потенційних напрямків у розвитку галузі є нарощування виробничої потужності суб'єктів господарювання з переробки насіння соняшнику. Як свідчать дані, Україна на протязі 10 років займає перше місце з експорту соняшникової нерафінованої олії. За останній маркетинговий рік (2018/19 МР) у загальному світовому рейтингу експортерів соняшникової олії частка нашої країни склала 57,4 %. При цьому, частка Росії в експорті даного виду продукції – 22,5 %, Аргентини – 6,4 %, Туреччини – 3,7 % (рис. 1) [1].

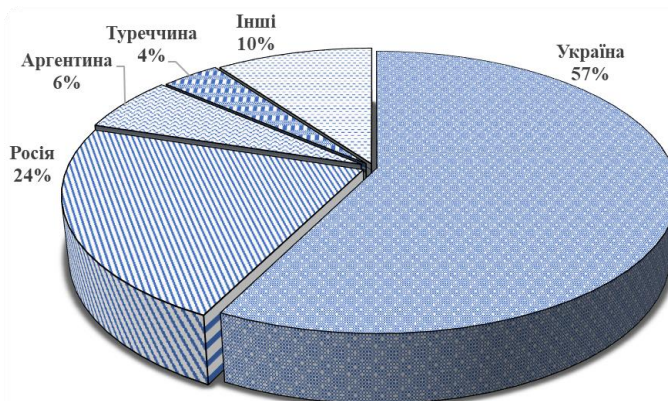


Рисунок 1 – Структура експорту соняшникової олії у розрізі країн світу за 2018/19 МР

Проте, зважаючи на світову епідемію коронавірусу, яка істотно вплинула і продовжує впливати на економіку різних регіонів світу. Особливо гостро ця проблема відчувається у розвитку олієжирової галузі. Передусім це пов'язано з тим, що імпортери соняшникової олії та шроту, зокрема китайці, скасовують або просять про перенесення терміну поставки продукції, посилаючись на форс-мажорні обставини. Трейдери просять своїх постачальників у різних країнах світу скасувати або відкласти поставки цих видів продукції.

Разом з тим, різке зростання курсу долара до гривні зумовило виробників олійних культур підняти відпускні ціни на свою сировину. Після цього були змушені підвищити відпускні ціни і його переробники – виробники соняшникової олії та шроту.

Література:

1. Украина в 2019/20 МГ может произвести рекордные 6,5 млн. тонн подсолнечного масла : веб-сайт. URL <https://www.apkinform.com/ru/news/1505429?fbclid=IwAR31F5lLebXTyTSJJiq21VC3CvhSVb9e9PJmeeW0Fo7v9gsfCbheaGAHbYY> (дата звернення: 12.03.2020).

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Потапенко Т.П.

Черкаський державний технологічний університет, м Черкаси

У роботі розглянуто особливості організації управлінського обліку на підприємствах, що має важливе значення у забезпеченні ефективності діяльності останніх. Управлінський облік суттєво відрізняється від традиційного бухгалтерського, зорієнтованого на формування фінансової звітності. Ключовою відмінністю є те, що порівняно з фінансовим обліком, який здійснюється з дотриманням відповідних регламентованих державою офіційних інструкцій та стандартів, управлінський облік не обмежується у виборі методів та правил здійснення. Управлінський облік розробляється самим підприємством, зважаючи на індивідуальні параметри та чинники господарювання. Разом з тим, інформація управлінського обліку формується для внутрішнього управління підприємством та володіє конфіденційним характером [1, с. 62].

Спеціалістам з обліку необхідно самостійно обрати стратегію і тактику впровадження управлінського обліку в систему бухгалтерського обліку підприємства. Процес формування системи управлінського обліку є подібним до постановки бухгалтерського обліку. Окрім того, реалізація впровадженої системи управлінського обліку забезпечується документами, які регламентують і практику бухгалтерського обліку.

Однак, завдання системи управлінського обліку не може зводитись лише до затвердження плану рахунків, форм подання первинних облікових документів, правил документообігу тощо. Для ефективного функціонування системи управлінського обліку на підприємствах доцільним є створення сукупності внутрішніх організаційних стандартів управлінського обліку, які можна розподілити на три групи: інструктивно-методична, нормативно-довідкова документація та документи регламентуючого характеру [2].

Отже, організація управлінського обліку охоплює усі сектори діяльності підприємства, не зосереджуючись лише на обліку виробничих витрат, зокрема: збутову, складську, фінансову, інвестиційну, адміністративну складові. Від ефективності організації процесу управлінського обліку цих складових залежить ефективність ведення бухгалтерського обліку на підприємстві та фінансова результативність його діяльності в цілому.

Література:

1. Додонов С. В. Адаптація системи управлінського обліку до потреб бюджетування підприємства / С. В. Додонов // Науковий вісник НУБіП України. Серія: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. – 2014. – С. 62-67

2. Москаленко В. А. Впровадження управлінського обліку в підприємствах агропромислового комплексу / В. А. Москаленко. // Ефективна економіка. – 2013. – № 5. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_5_35

ОПТИМІЗАЦІЯ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ РЕМОНТНО-БУДІВЕЛЬНОЇ СПРЯМОВАНОСТІ

Прядко О.М., Тарасов І.Ю.

Харківський державний університет харчування та торгівлі, м.Харків

Трансформації конкурентних відносин у сфері роздрібної торгівлі зумовили активізацію внутрішньо торговельного бізнесу, оптимізацію формування торгового асортименту, що спричинило зміни в пріоритетах управління. Відповідно до концепції розвитку внутрішньої торгівлі України найважливішими завданнями з регулювання розвитку суб'єктів торгівлі є створення умов для вільної добросовісної конкуренції на споживчому ринку, сприяння його товарному насиченню, розширення асортименту товарів та поліпшення їх якості, прискорення темпів зростання товарообороту на основі політики стимулювання розвитку споживчого сектору, обґрунтованого стратегічного управління підприємствами торгівлі. Визначальну роль у розробці елементів функціональної стратегії підприємств роздрібної торгівлі має формування торгового асортименту. Головний принцип формування асортименту, якого дотримуються всі підприємства – це отримання максимально можливого прибутку.

Для кращого виявлення методу з оптимізації товарного асортименту визначимо критерії відносно оцінки специфіки ринку, на якому працює корпорація «Харківські будівельні матеріали» (ХБМ). За результатами щомісячного аналітичного дослідження «Огляд розвитку будівельної галузі України» від РАУ, за три місяці 2019 р. український ринок будівництва зріс на 24%, а ринок будматеріалів на 16% порівняно з аналогічним періодом 2018 р. [1]. Загальна тенденція ринку – фаза активізації зростання ринку будівельної індустрії України й, за попереднім прогнозом, перехід у новий цикл зростання.

Оцінку перспективності товарного асортименту компанії «ХБМ» визначали за допомогою матриці Бостонської консалтингової групи (БКГ). Аналізуючи матрицю, можна сказати, що продуктовий портфель компанії не збалансований, хоча і є позитивний грошовий потік, який має короткострокову тривалість в часі. Серед товарів компанії є дві «зірки» – БО «Клеї підвищеної адгезії» та «Клей для гіпсокартону» та три «дійні корови» – БО «Клей для керамічної плитки», «Універсальний клей» та «Клей для мармуру та натурального каменю». Усі бізнес-одиниці мають позитивний темп зростання ринку, крім клею для мармуру та натурального каменю. Зростання обсягів продажу ринку мають БО «Клей універсальний», БО «Клей підвищеної адгезії», на відміну від БО «Суміш для гіпсокартону та мармуру». Отже, унаслідок дотримання товарної стратегії компанії «ХБМ» підприємство зможе запропонувати споживачам розширений асортимент сухих клейових сумішей для досягнення визначених цілей, зокрема збільшення обсягів реалізації до 73%, розширення частки ринку до 16%.

Література:

1. Український ринок будівництва і будівельних матеріалів: результати 2019 – URL: <https://gazobeton.org/uk/node/561>

ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ НА ПРОДОВОЛЬЧОМУ РИНКУ

Пчелянська Г.О.

Вінницький торговельно-економічний інститут

Кивського національного торговельно-економічного університету,

м. Вінниця

Продовольчий ринок – ключова система у формуванні національної економіки країни, крім того, на ньому відбувається рух продовольства між виробниками, посередниками та споживачами, формується економічна безпека держави, в тому числі і продовольча. Посилення науково-технічного прогресу, інтенсивності конкуренції, світових інтеграційних та глобалізаційних процесів, розвиток Інтернет-технологій формує перед суб'єктами продовольчого ринку нові виклики, пов'язані з інтенсифікацією виробничої, комерційної, інноваційної діяльності. Маркетинговий підхід до визначення поведінки споживачів спрямований на дослідження внутрішніх та зовнішніх чинників, що впливають на маркетингову поведінку людини – споживача продовольчих товарів [1].

Теорія маркетингу розділяє споживачів на два типи: кінцевих та індустріальних або інституційних. Кінцевий споживач купує товари для власного некомерційного споживання. Організації-споживачі або інституційні споживачі на продовольчому ринку купують продукцію та послуги з метою використання у виробництві чи для подальшого перепродажу [2]. Такими суб'єктами виступають не лише покупці продовольства, а також і його виробники, тобто аграрні підприємства, які купують ресурси (насіння, корми, паливо-мастильні матеріали, засоби захисту рослин і добрива та інші товари чи послуги), є суб'єктами здійснення купівельної поведінки. Взаємодія покупців ринку продовольчого ринку перебуває під впливом попиту, пропозиції, інституційного середовища. Розвиток продовольчого ринку та поведінку споживачів на ньому визначатиме розмір пропозиції продовольчих товарів.

Формування поведінки споживачів на продовольчому ринку буде зумовлюватися як видом споживача, так і впливом маркетингового інституційного середовища як сукупності фінансових, правових, організаційних, інфраструктурних, галузевих та інших особливостей ринку.

Література:

1. Калетнік Г.М., Шпикуляк О.Г., Пчелянська Г.О. Інститути інфраструктури та ціноутворення у розвитку аграрного ринку: регіональний аспект: монографія. Вінниця: ТОВ "Фірма "Планер", 2012. 324 с.

2. Россоха В. В., Шарапа О.М. Інституційне забезпечення управління господарською діяльністю аграрних підприємств. *Економіка АПК*. 2016. № 10. С. 73-82. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/E_apk_2016_10_12.

СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ AGILE АНАЛІЗУ

П'ятак Т.В., Борзенко В.І.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Ефективне управління дебіторською заборгованістю – одна з ключових задач фінансового менеджменту, і від того, наскільки успішно вона вирішується, залежить фінансова стійкість підприємства і його подальший розвиток. В роботі запропонована стратегія управління дебіторською заборгованістю, як узгодженої сукупності управлінських заходів, що ґрунтуються на agile аналізі процесів виробництва та збуту продукції підприємства. Враховуючи вимоги до розробки такої стратегії, agile метод дозволяє ефективно працювати підприємству у мінливих ринкових умовах і миттєво прилаштовуватися під нові вимоги ринку.

Технологія управління дебіторською заборгованістю розглядається як багатоступінчастий процес, що складається з окремих ітерацій - коротких у часі циклів. Кожна ітерація сама по собі виглядає як проект в мініатюрі і включає всі завдання, необхідні для отримання міні-приросту визначених показників діяльності підприємства. Поряд з тим, окрема ітерація недостатня для досягнення мети діяльності підприємства, мається на увазі, що гнучке управління дозволяє досягти оптимальних результатів в кінці кожної ітерації. Agile метод передбачає впровадження заходів, за допомогою яких оптимальним чином вирішується локальна проблема, пов'язана зі скороченням дебіторської заборгованості по конкретній ітерації. Після закінчення кожної ітерації може бути проведена переоцінка пріоритетів в діяльності підприємства. При переоцінці пріоритетів передбачається безпосереднє спілкування фахівців, які розробляють заходи для вирішення локальних проблем на наступних ітераціях, що забезпечують скорочення дебіторської заборгованості.

Для кожної ітерації визначаються критерії оптимальності виконання окремого циклу, що є частиною загального процесу виробництва та збуту продукції підприємства. Критерії оптимальності по окремих ітераціях формуються виходячи з умов зростання прибутку та підвищення рентабельності підприємства. Під впливом зовнішніх факторів, таких як зміна попиту, коливання ринкових цін, поява інноваційних товарів та інших, підприємство має можливість швидко переорієнтувати свою діяльність, змінюючи процеси по окремих ітераціях. Аналогічно, підприємство може враховувати вплив внутрішніх факторів, пов'язаних з удосконаленням організації виробництва та збуту власної продукції. На кожній ітерації формуються умови погашення дебіторської заборгованості зі зміною вимог до боржників. При своєчасному її погашенні, підприємство стимулює боржників застосуванням системи знижок, при простроченому погашенні – встановлює систему штрафних санкцій. Визначення величини знижок та штрафних санкцій здійснюється на основі запропонованих математичних моделей.

ВИДИ ТА МЕТОДИ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ В INSTAGRAM

Райко Д.В., Кавун М.А.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

На сьогодні додаток Instagram – одна з найпопулярніших соціальних мереж у всьому світі [1].

Соціальну мережу використовують не тільки для ведення особистих блогів, але й для продажу та просування бізнесу.

Ведення бізнесу в Instagram стало настільки поширеним, що розробникам довелося створити таку функцію, щоб користувачі мали можливість вести бізнес-акаунт та відстежувати статистику взаємодій, дякуючи чому можна оцінити ефективність маркетингової діяльності в мережі.

Існують різноманітні види просування в Instagram: засоби в середині платформи, просування рекламної кампанії через рекламний кабінет, реклама у блогерів.

У середині платформи є такі методи, як хештег, сторіз, пости. Необхідно правильно оформити свій профіль: аватар повинен відображати продукцію бренду, никнейм може бути назвою бренду, ім'я профілю повинно відображати сферу діяльності, фотографії повинні бути якісними, красиво та різноманітно показувати товар бренду.

Під фотографіями, відео необхідно вести цікаві рубрики: текст, що продає, розважає та залучає до активності.

Запуск таргетингової рекламу через рекламний кабінет у Facebook. Найбільш ефективним місцем розташування рекламного банеру є сторіз: можливість обрати ціль рекламної кампанії (пізнаванність бренду, залучення до активності, перегляди відео, генерація клієнтів, продажі, та інші) та цільову аудиторію нашого бізнесу - обрати географічний показник, віковий, стать, мову, на якій розмовляють користувачі, інтереси (їх близько 534) [2] [3], місце розміщення (платформа) та бюджет. Через добу почне відображатися статистика, дякуючи якої можна оцінити успіх кампанії та скоректувати при необхідності деякі показники.

Іншим просуванням є реклама у блогерів в сторіз, яка існує лише 24 години, аудиторія якого збігається з цільовою аудиторією бренду, запросити статистику акаунту блогера та ціну на рекламу.

Література:

1. <https://www.oberlo.com/blog/instagram-stats-every-marketer-should-know>
2. <https://www.facebook.com/business/help/150756021661309>.
3. <https://oneretarget.com/ru/blog/targeting-interest/>

ПРОЦЕС ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ ПРО ПОКУПКУ ЗА ДОПОМОГОЮ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ВИБОРОМ ТА ПОВЕДІНКОЮ СПОЖИВАЧІВ ЗА КАНЕМАНОМ

Райко Д.В., Мороз Н.А.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

У сучасних умовах, що стосуються стрімкого розвитку оточуючого середовища, виникнення нових товарів та послуг, а також підвищення потреб споживачів, ринок відкриває все нові шляхи для ефективної маркетингової діяльності, а також диктує нові правила поведінки у ньому. Виявлення та аналіз поведінкових реакцій споживачів дозволяє оптимізувати маркетинговий процес компанії.

Для прийняття рішення щодо покупки товарів споживачами маркетингологи повинні вирішувати питання про те, чому споживачі починають купувати саме цей товар, а не інший; які фактори впливають на прийняття рішення про покупку товару, зберігаючи існуючих і приваблюючи нових клієнтів, підвищуючи споживчу привабливість товарів за допомогою нестандартних рішень. Наприклад, таких, як, запропонована модель взаємодії двох систем – «система 1» і «система 2», лауреатом Нобелівської премії Деніелем Канеманом [1].

«Система 1» включає в себе сприйняття і інтуїцію. Вона дуже швидко обробляє інформацію, що надходить, не використовуючи асоціацій і спогадів, а також повільно запам'ятовує і змінює приналежну їй автоматичність. Ця система призначена для швидких, механічних, підсвідомих рішень в обхід роздумів. У «системі 1» зберігаються дії, що потребують найрозвинутіших навичок: опираючись на неї, лікар проводить ультразвукове обстеження, а шахіст приймає рішення щодо конкретного ходу.

На відміну від неї, «система 2» – некваплива, працює поступово і витрачає багато енергії, проте досить гнучка. За її допомогою ми приймаємо обдумані рішення. «Система 2» призначена для роздумів. Можна сказати, що сильні бренди сприймаються «системою 1». Задача ефективного брендування – активізувати «систему 1» і послабити увагу «системи 2». Слабкі бренди активують лише «систему 2» - тобто покупець розмірковує над їхньою покупкою.

Спільна робота цих двох систем і характеризує процеси прийняття рішень споживачами про покупку товарів.

Маркетинголам особливо важливо розуміти, як вони працюють, оскільки від цього залежить, як люди приймають рішення про покупку, обираючи з різних категорій продуктів, брендів і пропозицій.

Література:

1. Kahneman D Thinking, fast and slow. - New York: Farrar, Straus and Giroux, 2011, 499 p.

УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Резакова К. А., Кочетова Т.І.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Питання організації зовнішньоекономічної діяльності є актуальним в даний час, так як саме цей вид діяльності сприяє вирішенню таких важливих проблем, як: придбання новітнього обладнання, бракуючих ресурсів і технологій, а також слідування світових тенденцій розвитку, а саме-інтернаціоналізація підприємств.

Зовнішньоекономічна діяльність України включає 206 країн-партнерів (Європейський Союз, країни СНД, азійські країни та інші).

Вихід українських підприємств на зовнішні ринки дозволяє:

- Підвищити ефективність виробництва;
- Збільшити прибутковість;
- Придбати іноземну валюту, яка необхідна для купівлі закордоном техніки і обладнання, сировини та технологій;
- Розширити поле діяльності, а саме: запуск нових продуктів / послуг, задіяти вільні виробничі потужності;
- Виробляти високоякісні товари, підтвердженні сертифікатом міжнародного зразка;
- Мати нові партнерські зв'язки і можливість залучення нових інвесторів.

Виходячи з даних Державної служби статистики в 2019 році, експорт товарів склав \$ 12273,2 млн, порівняно з минулим роком, зростання склало 107,4%. Імпорт в 2019 році склав \$ 13 729,6 млн, зростання становить 107,9%.

У свою чергу, існує ряд факторів, що негативно впливають на експортно-імпорتنний потенціал підприємств, це:

- Високий рівень інфляції, що призводить до втрати фінансових можливостей для здійснення зовнішньоекономічних операцій;
- Брак знань про особливості зовнішнього ринку і його конкурентів, що призводить до низької конкурентоспроможності та повільного реагування на зміни зовнішнього середовища;
- Незнання і часті зміни законодавчої бази країн-партнерів;
- Низька конкурентоспроможність товарів і послуг, що обумовлено підвищеними вимогами до технологічного рівня і якості товарів;
- Недосконалість механізмів державного регулювання ЗЕД;
- Високі податки і митні.

Таким чином, можна зробити висновок, що правильний підхід до управління експортною діяльністю і створення нових механізмів державного регулювання ЗЕД дасть компаніям можливість зайняти місце на міжнародних ринках, мати високу конкурентоспроможність, відкривати філії та виробництва за кордоном, а державі – залучати нових інвесторів, розвивати потенціал середнього і малого бізнесу, а також великих підприємств, підвищувати показники зовнішньоекономічної діяльності.

ОПЛАТА ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ МЕДИЧНИХ ЗАКЛАДІВ ЗА НОВИХ УМОВ ФІНАНСУВАННЯ

Решетняк О.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Створення моделі оплати персоналу – одне з ключових завдань керівника під час переходу на нові умови фінансування в медичній галузі. Оплата лікарень за договором з Національною службою здоров'я України в залежності від результатів – наданих медичних послуг чи пролікованих випадків – потребує докорінної зміни підходів до управління. Керівники отримують самостійність в прийнятті рішень, повинні побудувати цілу низку важливих систем. Від здатності управлінської команди побудувати стратегічні пріоритети таким чином, щоб пацієнти обирали заклад, буде залежати зростання доходу на рівні, достатньому для досягнення цільового розміру оплати праці персоналу.

Рішення щодо можливості підвищення оплати праці лікарів стаціонару в 2-3 рази в порівнянні з нинішнім рівнем, який складає у більшості випадків близько 7 тисяч гривень, повинно ґрунтуватися на основі ретельного фінансового планування. Між тим планування економічної сторони діяльності на 2020 рік у лікарнях складається в умовах значної невизначеності: найбільш складним елементом є передбачення кількості населення, що звернеться в конкретну лікарню за умов вільного вибору. Без розуміння кількості пролікованих випадків на рівні кожного відділення не є можливим оптимізувати ресурси: кількість ліжок та кількість персоналу.

Завдання, які потрібно виконати для прогнозування цільового фонду оплати праці: оцінити прогнозні дані кількості пацієнтів кожного відділення на основі аналізу попиту та можливих змін поведінки населення; співставити прогнозні надходження відділення в нових умовах з витратами, враховуючи як власні витрати відділення, так і накладні витрати; запропонувати підхід до розподілу витрат адміністративних і допоміжних медичних відділень на основні лікувальні відділення: рекомендована методика розрахунку вартості послуг [1] дозволяє зрозуміти принципи, які можуть бути застосовані, але рішення приймаються на рівні кожного закладу.

Окрім планування загального розміру фонду оплати праці на рівні кожного підрозділу за принципом достатності бюджету, керівникам також необхідно взяти до уваги інші суттєві принципи. Важлива мотивація на командний результат: так, у випадку основних лікувальних підрозділів обрана модель оплати повинна мотивувати співробітників спільно досягати цільової кількості пролікованих випадків та забезпечення високого рівня якості послуг.

Єдиного рецепту побудови системи мотивації персоналу не існує, але використання успішних практик лікарень - лідерів змін у втіленні нових підходів до оплати праці та обмін досвідом буде важливим.

Література:

1 Про затвердження Методики розрахунку вартості послуги з медичного обслуговування //Постанова Кабміна від 27.12.2017 № 1075

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО ОБҐРУНТУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В УМОВАХ РИЗИКУ

Рибалко-Рак Л.А., Рощак М.О., Піскун Л.М.

Полтавський університет економіки і торгівлі, м Полтава

Управлінське рішення в сучасній практиці функціонування підприємства є продуктом управлінської праці управлінського персоналу. Це результат вибору управлінським персоналом оптимальної альтернативи щодо розв'язання конкретних завдань із метою забезпечення координуючого впливу на об'єкт управління для досягнення мети і цілей підприємства. Управлінське рішення є процесом, що реалізується суб'єктом управління й визначає дії, спрямовані на вирішення поставленого завдання в наявній чи перспективній ситуації.

Дослідження проблеми обґрунтування управлінських рішень в умовах ризику належить до низки міждисциплінарних, оскільки вибір альтернативи за кожним конкретним рішенням є результатом комплексного зв'язку різноманітних його напрямів: інформаційного, економічного, психологічного, логічного, організаційного, математичного, технічного, технологічного тощо.

Результати обґрунтування управлінських рішень та оцінка їх ефективності повинна визначити можливість виконання рішення в межах існуючої системи управління в умовах, що склалися; рівень готовності персоналу підприємства до розробки рішення, його прийняття та реалізації; необхідну кількість ресурсів для виконання рішення, прогноз їх обсягу на перспективу. При цьому суб'єкт управління завжди має враховувати фактор ризику. Фактор ризику необхідно одночасно враховувати у значенні безпеки і небезпеки: ризик можна віднести до рівня визначеності (відповідно до якої можна прогнозувати результат), з іншої, до рівня невизначеності, тобто врахувати всі обставини, які можуть дати негативні наслідки. В ході оцінки альтернатив і прийняття рішень керівник повинен прогнозувати можливі результати в різних обставинах.

Під ризиком розуміють ймовірність, певну загрозу втрати підприємством частини своїх ресурсів, додаткових втрат, недоотримання прибутків у результаті здійснення господарсько-фінансової діяльності [1]. В практиці функціонування підприємств відомі два підходи до прийняття рішення в умовах ризику: перший, суб'єкт управління, який приймає рішення, може використати наявну інформацію, власні судження і досвід для ідентифікації своїх припущень відносно ймовірностей тих чи інших можливостей, в яких опиниться підприємство, а також для оцінки при кожній умові результатів по кожній наявній стратегії; другий, якщо ступінь ризику дуже високий, то суб'єкт управління, який приймає рішення, надає перевагу не робити припущень відносно ймовірностей різних умов, або не враховує ймовірності.

Література:

1. Вербіцька І.І. Ризик-менеджмент як сучасна система управління ризиками підприємницьких структур. *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 5. С. 282-291.

ПЕРСПЕКТИВИ СВІДОМОГО СПОЖИВАННЯ НА РИНКУ ОВОЧІВ ТА ФРУКТІВ

Рожко Н.Я.

*Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя,
м. Тернопіль*

Свідоме споживання - це усвідомлення людьми того, як їх покупки впливають на навколишній світ і планету в цілому. Загалом «свідомість визначає існування та розвиток суспільства й культури, тому що знання, які наявні в ній, цінності та ідеали, символічні й практичні дії, основані на них, перебувають під впливом досягнень культури та соціально-економічних трансформацій людських спільнот» [1]. Виникає питання, чи такий тренд свідомого споживання може мати перспективи на ринку овочів та фруктів, адже логістичне забезпечення багатьох продуктів, які традиційно вирощують в тропічних/субтропічних місцевостях, пов'язані із трудомісткою логістикою, а це додаткове навантаження на навколишнє середовище. Тому одним із напрямів (опосередкованих) свідомого споживання на ринку овочів та фруктів є домінування коротких ланцюгів поставок на кшталт «виробник-споживач».

Оцінюючи позитивну сторону потенціалу субституцій, не можна оминати ймовірні негативні наслідки, передусім, в умовах дефіцитності ринку, оскільки може виникнути конкуренція за сировину, що справить деструктивний вплив на цінову кон'юнктуру ринку.

Ще одним важливим аспектом свідомого споживання на ринку овочів та фруктів є обізнаність споживачів щодо бренду виробника, марки виробу тощо. Часто споживачі овочів та фруктів керуються власним набутим досвідом, оскільки не мають доступу до результатів оцінювання продукції органолептичними та лабораторними методами, але такий доступ повинні мати торговельні мережі, пункти продажу тощо. Відтак, зовсім по іншому можна сприймати слова продавця яблук, що сорт яблук «коротконіжка» зараз в моді, хоч він завжди існував.

Отже, тренд свідомого споживання може бути характерним для будь-якого ринку товарів та послуг, але це передусім залежить від потенціалу субституційності продуктів, який може бути як незначним так і істотним. Залежно від поділу свідомого споживання на незначне та істотне, а також класифікаційних ознак потенціалу субституційності можна виділити дві зони: типових відносин та атипових відносин. Типові відносини стосуються недостатньої уваги до свідомого споживання, що відбувається в період формування поняття та основних підходів до свідомого споживання, зацікавленості до самого процесу та практичного впровадження в життя або вже набуттям досвіду свідомого споживання. Атипові відносини можуть бути характерними для зміни одного із складових: або споживання або потенціалу субституційності.

Література:

1. Зуєв К.О. Еволюція свідомості та культура. Вісник ДонНУЕТ, 2013. № 2 (58). С. 29-32.

ДО ПИТАННЯ ПРО КАДРОВУ БЕЗПЕКУ ПІДПРИЄМСТВА

Романчик Т.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Кадрова безпека визначається станом захищеності організації від загроз, що виникають від дії людського ресурсу: безпосередніх дій персоналу, а також трудових та психологічних відносин у колективі.

Кадрову безпеку визначають як одну з найважливіших складових системи економічної безпеки підприємства. За статистикою переважна більшість ризиків підприємств генерується його персоналом. М. Жижина наводить дані, що більше трьох чвертей правопорушень в організації скоюють її співробітники [1]. Професор А. Кібанов уточнює ці дані, говорячи, що власним персоналом наноситься близько 80% шкоди матеріальним активам компаній [2].

З'ясовано, що найбільші шахрайства є наслідком діяльності керівництва компаній (до 55%) або їх співробітників (30%), які, як правило, мають багаторічний стаж роботи, користуються довірою та наділені великими повноваженнями [3].

Частково вказана ситуація пояснюється психологією людини. Згідно загальносвітової статистики, лише 10 - 15% всіх людей є абсолютно чесними, які не здатні скоїти злочин за будь яких обставин. 10 - 15% людей є нечесними за визначенням. Інші 70 - 80% - вагаються, тобто здатні діяти нечесно якщо до цього підштовхнуть їх зовнішні обставини, або якщо ризик потрапитися буде мінімальним, чи будуть впевнені, що покарання гарантовано не буде [3].

Часто причини, які підштовхують співробітника до неправомірних дій, ховаються всередині самого підприємства. До них можна віднести:

- низький рівень корпоративної культури;
- слабкий кадровий менеджмент, неефективну роботу з кадрами;
- низьку кваліфікацію керівництва;
- відсутність ефективної системи контролю;
- відсутність справедливої системи оцінки та мотивації персоналу;
- відсутність нормативно-правової бази регулювання трудових відносин;
- відсутність ефективної системи відбору на етапах найму персоналу та ін.

Отже, забезпечення кадрової безпеки мусить ґрунтуватися на своєчасному виявленні, протидії та попередженні чинників негативного впливу на результати діяльності підприємства, джерелом яких є свідомі та несвідомі дії його співробітників.

Література:

1. Жижина М.В. Обеспечение кадровой безопасности предприятия и почерковедческая диагностика // Безопасность бизнеса. – 2008. – №1. – С. 41–46.
2. Кибанов А. Кадровая безопасность в системе безопасности организации // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2010. – №10. – С. 30–35.
3. Мачульский В. Ф. «Сначала мы жили бедно, а потом нас обокрали...» // Альманах «Безопасность организации: противодействие шпионажу и мошенничеству». – 2015. – с. 44–54.

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК КРАЇН

Росохата А.С.

Сумський державний університет, м. Суми

У роботі досліджено основні показники інформаційних технологій, що здійснюють прямий та опосередкований вплив на формування інноваційного розвитку країн. Так, у ході дослідження проаналізовано Рейтинг світової цифрової конкурентоспроможності IMD [1], який аналізує та ранжирує ступінь, що показує як країни впроваджують цифрові технології, що призводять до трансформації в управлінських процесах, бізнес-моделях та суспільстві загалом, у тому числі в інноваційному розвитку. Рейтинг країн у 2019 році очолює США (100%), на другому місці – Сінгапур (99,373%), на третьому – Швеція (96,070%). Даний рейтинг формується за трьома ключовими групами показників:

- Знання (ноу-хау, необхідні для відкриття, розуміння та впровадження нових технологій): рівень талановитості; навчання та освіта; наукова концентрація.
- Технологія (загальний контекст, що дозволяє розвивати цифрові технології): нормативно-правова база; капітал; технологічні рамки.
- Майбутня готовність (рівень підготовленості країни до використання цифрової трансформації): адаптивне ставлення; ділова спритність; ІТ-інтеграція.

Ці групи показників є узагальненими, формуються на основі більш деталізованих факторів. Але, на нашу думку, дані значення є вичерпними. Вони охоплюють лише ті фактори, що здійснюють прямий вплив на формування показників країни на предмет цифрової та інноваційної готовності [2]. Так, вони не враховують, наприклад:

- Кількості випускників інформаційно-технічного спрямування, що не працюють за спеціальностями;
- Кількості висококваліфікованих спеціалістів, які мігрували з країни;
- Реальної, а не формально встановленої підтримки держави суб'єктам господарювання на всіх етапах ведення бізнесу тощо.

Отже, Рейтинг світової цифрової конкурентоспроможності IMD є цілком справедливим та адаптованим для розвинених країн. Але для країн, що розвиваються його доцільно було б удосконалити, з позиції, де формальні та нормативні правила життя відрізняються від реальних умов та труднощів на шляху впровадження інформатизації та реалізації інноваційного розвитку.

Література:

1. IMD World Digital Competitiveness Ranking 2019. International Institute for Management Development. World Competitiveness Center. URL: <https://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-digital-competitiveness-rankings-2019/>
2. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2018 році: аналітична довідка / Т.В. Писаренко, Т.К. Кваша та ін. – К.: УкрІНТЕІ, 2019. – 80 с.

ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ДЛЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Сабчук А.М.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Будь-яка велика компанія починає свою діяльність з бізнес-плану. Маючи значний капітал, важливо передбачити ризики і можливості їх вирішення. Бізнес-планування допомагає підприємцю знайти відповіді на самі різні питання, що стосуються продукції, ресурсів, ринкового попиту, витрат і багато іншого. В Україні підприємництво тільки розвивається, тому багато хто ігнорує цей етап, діючи на свій страх і ризик.

Доцільність вкладення коштів повинна бути прорахована і обґрунтована. Правильно складений бізнес-план є відповіддю на питання: чи є сенс взагалі вкладати гроші в цей проект. Що стосується сектора малого бізнесу, то тут ще не прижилася практика планування бізнесу. Багато починаючих підприємців у прагненні якнайшвидше почати свою справу стартують, не віддаючи собі звіту в тому, до чого їх дії можуть привести в подальшому. А інші, навпаки, не мають чіткого уявлення про те, з якого боку краще підійти до реалізації проекту.

Метою дослідження є розкриття змісту бізнес-плану, як одного з методів збільшити шанс на успіх у підприємницькій діяльності. Крім користі від застосування бізнес-плану, варто звернути увагу на сумні наслідки його відсутності, а також помилки, що ведуть до його не життєздатності.

Власники малого бізнесу рідко розробляють маркетингову стратегію і план, намагаючись уникнути додаткових витрат. Однак потрібно пам'ятати, що в малому бізнесі саме маркетинг є ефективним інструментом досягнення стабільності і зростання.

Можливо пощастить і підприємець отримає бажаний результат, але швидше за все він витратить багато часу і грошей. Обов'язково потрібен план. Починати потрібно саме з нього. Бізнес, власники якого ігнорують його просування за допомогою маркетингових інструментів, найімовірніше, не буде розвиватися і приносити прибуток.

Література:

1. Абрамс Р. Бізнес-план на 100%: Стратегия и тактика эффективного бизнеса. 2-е изд. / Р. Абрамс. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 486 с.
2. Степанов А.А. Бизнес-планирование : учебник и практикум для академического бакалавриата, ЮРАЙТ, 2017. – 435 с.
3. Ив Пинье, Остервальдер А. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора «Альпина нон-фикшн», 2019. – 288 с.

КОНСОЛІДАЦІЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ: МЕТОДИ КОНСОЛІДАЦІЇ ЗВІТНОСТІ

Савич В. Ф., Побережна Н. М.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Процеси глобалізації та інтеграції призвели до потреби в даних консолідованої фінансової звітності. Актуальною є проблема розробки ефективної та корисної методики складання консолідованої фінансової звітності для розвитку економіки в цілому. Зазначена проблематика широко висвітлюється в працях сучасних науковців.[1]

Консолідована фінансова звітність виступає важливим способом контролю для материнського підприємства і має на меті відобразити загальний фінансовий стан підприємства. Важливу роль відіграє економічна сумісність суб'єктів господарювання, що передбачає нерозривність дочірнього та материнського підприємства.[1]

Економічна сумісність передбачає, що діяльність материнського та дочірнього підприємства повинні бути пов'язані. Залежно від ступеня контролю підприємства іншим використовуються різні методи консолідації звітності. Ступені контролю підприємств:

- 1) суттєвий вплив - асоційоване підприємство
- 2) спільний контроль - спільне підприємство
- 3) контроль - дочірнє підприємство
- 4) мінімальний вплив - інвестиції.[1]

Суттєвий вплив передбачає собою вплив на прийняття рішень щодо фінансової політики підприємства, а контроль дозволяє керувати фінансовою політикою підприємства. При першому ступені підконтрольності підприємств метод консолідації – метод участі в капіталі, при другому – метод пропорційної консолідації, при третьому – метод повної консолідації, при четвертому – метод обліку за собівартістю чи справедливою вартістю.

Методика складання консолідованої фінансової звітності є досить складною, тому що необхідно здійснювати елімінування (виключення) статей. Елімінування статей запобігає повторного рахунку і штучного завищення величини капіталу і фінансових результатів.[1]

При складанні консолідованої фінансової звітності підлягають елімінуванню наступні розрахунки: заборгованість за ще не внесені в статутний капітал внески; позики підприємств; аванси отриманні або видані; витрати і доходи майбутніх періодів; спільна дебіторська і кредиторська заборгованості.[2]

Отже, консолідована фінансова звітність відіграє важливу роль в діяльності підприємств.

Література:

1. Рубейкін В. А. Консолідація фінансової звітності: методика виконання процедур / В. А. Рубейкін. // Ефективна економіка. – 2016. – №10.
2. Губіна І. Консолідація фінансової звітності: основні процедури / І. Губіна // Бухгалтерія. – 2009. – № 11. – С. 64-68.

ОСНОВНІ МОДЕЛІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Савич В. Ф., Побережна Н. М.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Поділ зовнішньоекономічних зв'язків за структурною ознакою призводить до формування двох основних моделей ЗЕД підприємства. Такими моделями є виробничо-інвестиційна та зовнішньоторговельна.

Зовнішньоторговельна модель поділяється на торгівлю товарами, продукцією інтелектуальної праці та надання послуг.[1]

Торгівля товарами, в свою чергу, поділяється на традиційну та зустрічну торгівлю. Традиційна торгівля товарами регулюється Конвенцією ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів. Вона представляє собою експорт та імпорт товарів, які не зумовлені коопераційними зв'язками та зобов'язаннями щодо збалансованого обміну товарами. Зустрічна торгівля передбачає прийняття партнерами зустрічних зобов'язань щодо постачання (закупівлі) погоджених товарів і послуг. Міжнародна зустрічна торгівля складає 50% міжнародного товарообігу.[1]

Торгівля послугами у ЗЕД – це економічні відносини між двома сторонами – резидентами та нерезидентами.[1] Існують чотири способи надання послуг: транскордонне постачання (надання послуг через кордон), споживання за кордоном (переміщення споживачів до країни), комерційна присутність (створення комерційної присутності в країні, у якій повинні надаватися послуги), присутність фізичних осіб.

Торгівля продукцією інтелектуальної праці має не тільки наукову, але й комерційну цінність. До такої продукції відносять ліцензію, патент, товарний знак, копірайт, «ноу-хау», торгівлю науково-технічними послугами (консультаційні, інжинірингові, навчання персоналу).[1]

Виробничо-інвестиційна модель ЗЕД підприємства пов'язана з реалізацією спільних погоджених виробничих та науково-технічних програм, а також характеризується вкладенням капіталу та володінням власністю за кордоном з метою отримання фінансового прибутку. Вона включає комплекс операцій, пов'язаних із міжнародним лізингом, міжнародною виробничою кооперацією, діяльністю спільних підприємств.[1] Міжнародний лізинг прискорює розвиток новітніх технологій та свідчить про динамічність та гнучкість економіки держави. У США лізинг становить 40% в обсязі інвестицій в виробництво, у Європі – 24,6%, у Азії – 27%, у Африці – 1,3%.[2]

Отже, основні моделі ЗЕД підприємства відображають сфери економічних інтересів та основну мету ЗЕД підприємства.

Література:

1. Козак Ю. Г. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон : монографія / Ю. Г. Козак, Н. В. Притула, О. А. Єрмакова та ін. – Київ: Центр учбової літератури, 2016. – 242 с.

2. Essentials of international economics: questions & answers.- Edited by YuriyKozak,TadeuszSporek - Kiev-Katowice: CUL, 2014.

ЗАВДАННЯ МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

Савченко О.І., Семеняко Н.О.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Характерною рисою сучасного стану економіки є розвиток ринкових відносин у сфері праці, що впливає на процеси та ефективність управління персоналом [1].

Маркетинг в управлінні персоналом – це діяльність з пошуку, аналізу та використання маркетингової інформації, потрібної для ухвалення рішень з управління персоналом [2, с. 223].

Основні завдання маркетингу в управлінні персоналом наступні [2-7]: 1) розробка та впровадження маркетингових заходів для добору і ефективного використання компетентних працівників; 2) формування прихильності персоналу підприємства; 3) формування позитивного іміджу підприємства на ринку праці.

Маркетингові дослідження проводять за такими напрямками [1-2, 4-5, 7]: 1) дослідження ринку праці як джерела добору персоналу; 2) дослідження тенденцій і перспектив розвитку ринку праці; 3) аналіз ринку освітніх послуг, для залучення молодих фахівців та навчання працівників; 4) вивчення конкурентоспроможності, як персоналу підприємства, так робочої сили на ринку праці; 5) визначення конкурентних позицій підприємства на ринку праці; 6) дослідження політики оплати праці підприємств.

Маркетингові дослідження в управлінні персоналом проводяться в такій послідовності [1-2]: 1) визначення цілей дослідження; 2) збирання інформації; 3) аналіз зібраної інформації; 4) узагальнення інформації; 5) формулювання пропозицій з метою ухвалення управлінських рішень.

Література:

1. *Перерва П.Г.* Розвиток ринкового потенціалу підприємств на основі ефективного формування і використання людського капіталу / *П.Г. Перерва, В.А. Кучинський* // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. – 2019. – № 3 (9). – С. 101-110.

2. Управління персоналом : підручник / [В. М. Данюк, А. М. Колот, Г. С. Суков та ін.] ; за заг. та наук. ред. к.е.н., проф. В. М. Данюка. — К. : КНЕУ; Краматорськ : НКМЗ, 2013. — 666 с.

3. *Кучинський В.А.* Оцінка і розвиток інноваційного потенціалу підприємства / *В.А. Кучинський, А. Д. Гайдукова* // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2014. – № 65 (1107). – С. 137-145.

4. *Кучинський В.А.* Інноваційна сприйнятливість персоналу як основа економічного розвитку підприємства / *В.А. Кучинський, О.М. Гуцан, Д.Ю. Крамської* // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2019. – № 24. – С. 110-116.

5. *Кучинський В.А.* Підвищення ефективності процесу управління продуктивністю праці на підприємстві / *В.А. Кучинський* // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2012. – № 15. – С. 162-168.

6. *Кучинський В.А.* Визначення напрямків розвитку кадрового потенціалу підприємства / *В.А. Кучинський, О.В. Мазенков, І.С. Локтіонова* // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2014. – № 33 (1076). – С. 148-154.

7. *Савченко О.І.* Оцінка рівня компетентнісної складової трудового потенціалу інженерно-технічних працівників / *О.І. Савченко* // Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості. – 2015. – № 1. – С. 114-120.

ЯКІСТЬ ПОСЛУГ ТЕО

Савченко О.Р.

Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне

Інституційну основу транспортної системи складають продуценти, надавачі, споживачі та контролери якості транспортних послуг, а також регулятори взаємовідносин. Вона може бути дієвою та ефективною лише в тому випадку, коли їй буде властиве функціонування як злагодженої, комунікаційної та узгодженої системи, роль і місце у якій кожної з підсистем є важливою та такою, що працює на загальний результат, відповідально та якісно. Ключову роль у названій системі посідає інститут надавачів транспортних послуг, оскільки саме вони формують кінцевий результат роботи як кожного окремого суб'єкта, так і загальний усієї транспортної системи.

Успішна економічна діяльність транспортно-експедиторських компаній, їх конкурентоспроможність на ринку значною мірою залежать від наявності в них вискоєфективного організаційно-технічного механізму управління і забезпечення якості послуг, що відповідають вимогам споживачів. Зважаючи на зазначене, на рис. 1 нами запропоновано модель структури управління якістю послуг транспортно-експедиторського обслуговування.



Рис. 1. Управління якістю послуг ТЕО

За рахунок якості послуг, що їх надають транспортні організації залежать масштаби, ефективність та імідж вітчизняних суб'єктів ринку як ділових партнерів.

ВИЗНАЧЕННЯ ТА СУТНІСТЬ ПОНЯТЬ «ДОХОДИ» ТА «ВИТРАТИ»

Свинар А.І, Побережна Н.М.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Визначення «доходи», «витрати» та «прибуток» як фінансовий результат діяльності підприємства визначено в НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [1, р.1, ст. 3], а саме: - доходи – збільшення економічних вигод у вигляді збільшення активів або зменшення зобов'язань, яке призводить до зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників); - витрати – зменшення економічних вигод у вигляді зменшення активів або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власниками); - прибуток – сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати; - збиток – перевищення суми витрат над сумою доходу, для отримання якого були здійснені ці витрати. Відповідно до [2, р.1, ст. 1] бухгалтер веде бухгалтерський облік на підприємстві з врахуванням наступних визначень: - чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) це дохід, що визначається шляхом вирахування з доходу від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг (у тому числі платежів від оренди об'єктів інвестиційної нерухомості) наданих знижок, вартості повернутих раніше проданих товарів, доходів, що за договорами належать комітентам (принципалам тощо), та податків і зборів.

Таким чином, бухгалтеру для визначення фінансового результату діяльності підприємства необхідно враховувати вплив господарських операцій на зростання доходів підприємства, на зменшення витрат його діяльності та проводити заходи щодо підвищення якості та дієвості обліково-аналітичного забезпечення формування фінансових результатів діяльності підприємства, ведення первинного обліку доходів та витрат підприємства, відображення руху цих операцій на рахунках бухгалтерського обліку з врахуванням прийнятої облікової політики та рекомендацій Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій № 893/4186 від 21.12.1999 [3].

Література:

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73.
2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16.07.1999 р.
3. План рахунків бухгалтерського обліку, активів, капіталу, зобов'язань та господарчих операцій суб'єктів малого підприємництва, затверджений наказом Міністерства фінансів України від 19.04.01 № 86.
4. Побережна Н. М. Фінансова звітність у системі управління підприємством [Електронний ресурс] / Н. М. Побережна // Східна Європа: економіка, бізнес та управління : електрон. наук. фахове вид. – 2017. – Вип. 6 (11). – С. 335-340. – URI: http://www.easterneuropebm.in.ua/journal/11_2017/65.pdf. – Режим доступу: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/35693>

МОТИВАЦІЯ І СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ У СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

Севастьянов К.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Мотивація грає безпосередньо вирішальну роль в управлінні персоналом. Актуальність теми пояснюється тим, що у сучасному світі розвитку економіки та виробництва вирішального значення набуває людський ресурс, а отже і мотивація персоналу є невід'ємним засобом, що дозволяє досягти поставлених цілей, забезпечити оптимальне використання ресурсів та мобілізувати наявний кадровий потенціал. Нехтування фактором мотивації у сучасному менеджменті часто призводить до зниження показників ефективності праці, трудової дисципліни, якості продукції, а отже і до безповоротних втрат у будь-якій компанії. Питання мотивації досліджували багато світових вчених, таких як П. Друкер, Д.МакГрегор, А. Маслоу, Ф. Тейлор, А. Файоль та інші.

Загалом можна сказати що головним фактором, що впливає на стимулювання праці в Україні є нестабільна економічна та політична системи, що зводять все до того, що майже єдиними інструментами мотивації є матеріальні методи, проте українські компанії намагаються наздоганяти сучасні тенденції. Один з яскравих креативних прикладів – вітчизняна компанія “ВВН”, в якій крім традиційних методів підвищення працездатності та бажання вносити свій вклад у справу, ввели одне цікаве правило з назвою “Черепашка forever”. Регіональному менеджеру, підопічні якого за підсумками місяця продемонстрували найгірший результат роботи, публічно вручається жива черепаха з докладною інструкцією догляду за рептилією.

Серед нематеріальних способів мотивації персоналу іноді називають різні соціальні пільги - гнучкий графік роботи, наявність у компанії свого санаторію або дитячого літнього табору, спеціалізована медична страховка і т.д. Соціальні пільги здебільшого привабливі для нових співробітників, вони вигідно відрізняють одну компанію від іншої і, безумовно, сприяють залученню і утриманню персоналу.

Досить ефективною і універсальною є система наставництва і кураторство, що дозволяє крім професійних завдань вирішувати ціле коло соціально-психологічних проблем, пов'язаних з підтримкою комфортного соціально-психологічного клімату в колективі.

Підсумовуючи, можна сказати що хоча в Україні все зводиться до того, що майже єдиними інструментами мотивації є матеріальні методи (це не дивно, адже виходячи з піраміди Маслоу на першому місці стоять потреби, які забезпечують просте виживання людини), Українські підприємства все частіше використовують західні практики. Нові підходи потрібні не тільки для підвищення ефективності праці, а й для залучення та утримання висококваліфікованих кадрів, бо доволі часто люди покидають свої робочі місця не через низьку заробітню плату, вони йдуть через те, що їх не цінують.

ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Селюченко Н. Є.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

У процесі формування стратегії сталого розвитку бізнесу і розроблення довго-, середньо- та короткотермінових планів щодо її реалізації важливим питанням має бути виявлення та оцінювання потенційних ризиків.

Для вирішення цього питання можна використовувати різні підходи. Пропонуємо розглянути два варіанти.

1. Зважаючи на три основні складові сталого розвитку бізнесу: економічну; соціальну; екологічну, – виявлення та оцінювання ризиків можна проводити у розрізі цих видів діяльності. Слід ураховувати, що джерелами ризиків є внутрішнє та зовнішнє бізнес-середовище, а їхній вплив можна очікувати в коротко-, середньо- чи довготерміновому періоді. У такому разі ризики доцільно представити класифікаційним деревом, в якому: 1-ий рівень – це загальний ризик реалізації стратегії сталого розвитку бізнесу; 2-ий рівень містить три вершини, які відображають групи економічних, соціальних та екологічних ризиків бізнесу; 3-ій рівень включає дев'ять вершин, які охоплюють ризики коротко-, середньо- та довготермінового періоду; 4-ий рівень містить 18 вершин, які відповідають внутрішнім і зовнішнім ризикам; 5-ий рівень охоплює конкретні види ризиків, які потрібно ідентифікувати.

2. Інший підхід передбачає групування факторів сталого розвитку згідно [1]. У цьому випадку 2-й рівень класифікаційного дерева містить три вершини, яким відповідають фактори загального бізнес-середовища, секторальні фактори та фактори заінтересованих сторін. До факторів загального бізнес-середовища належать: політико-правові; економічні; соціальні; технологічні; екологічні. Специфічні для сектора фактори базуються на моделі 5-сил Портера: суперництво; загроза заміників; влада покупця; влада постачальника; бар'єри для вступу. Остання група факторів включає вимоги внутрішніх та зовнішніх заінтересованих сторін. Отже, на 3-му рівні буде відповідно 5, 5 та 2 вершини; з кожної вершини 3-го рівня виходить по три гілки, які відображають коротко-, середньо- та довготерміновий період, і відповідно 4-й рівень містить 36 вершин; 5-й рівень аналогічний до попереднього варіанта.

Для кількісного оцінювання ризиків доцільним є використання апарату нечіткої логіки. Запропоновані підходи до класифікації ризиків дають підстави прийняти рішення про побудову нечіткої ієрархічної моделі, в якій нечіткі виведення формуються для проміжних змінних з подальшою передачею чітких значень цих змінних у нечіткій системі наступного рівня ієрархії [2, с.268-275]. Така нечітка модель дасть можливість отримувати оцінки ризиків на всіх рівнях ієрархії.

Література:

1. Baumgartner R. J. Managing Corporate Sustainability and CSR: A Conceptual Framework Combining Values, Strategies and Instruments Contributing to Sustainable Development. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2013. Vol. 21. Issue 5. P.258-271. DOI: 10.1002/csr.1336.

2. Штовба С. Д. Проектирование нечетких систем средствами МАТЛАБ. М.: Горячая линия – Телеком, 2007. 288 с.

ПІДПРИЄМНИЦТВО В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

Сергієнко О.А., Панова К.В.

НТУ «ХПИ», м. Харків

Розповсюдження різних форм підприємництва у туристичному бізнесі пов'язано, як з все більшою комерціалізацією туризму, організацію платних подорожей різної спрямованості, як основи ринкових відносин. Головна мета удосконалення рівня підприємництва в сфері туризму полягає у розробці маршрутів, формуванні туристичних потоків за обраними маршрутами, у виробництві туристичних товарів і надання туристичних послуг, комплектуванні туристичного продукту відповідно до попиту споживачів з вигодою (прибутком). Класифікація можливих напрямів підприємництва в туристичній діяльності наведена на рис. 1. Таким чином, туристичне підприємництво передбачає діяльність з метою отримання прибутку від виробництва і реалізації туристичних продуктів або окремих послуг, необхідних для задоволення потреб туристів.



Рис. 1. Класифікація напрямів підприємництва в туризмі

У зв'язку з особливостями туристичних послуг, підприємницька діяльність туристських організацій може бути лише умовно віднесена до певного виду. Так, діяльність туроператорів у більшості випадків створює організаційну підготовку туристичного продукту і його часткове виробництво та просування.

Оскільки туристична діяльність характеризується збігом у часі процесу виробництва та споживання послуг, то туристичний бізнес виступає як єдина в часі і просторі система виробництва та споживання послуг, необхідних для задоволення потреб туристів, а підприємництво в туризмі – це сукупність різних видів діяльності, покликаних задовольняти комплекс потреб туристів і забезпечувати отримання прибутку підприємцям.

Література:

1. Країни світу. Міжнародний туризм. Україна туристична. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://svit.ukrinform.ua/turism.php?page=ukr_tur&id=23762.
2. Мазуркевич, І. О. Інноваційні підходи в діяльності туристичного бізнесу / І. О. Мазуркевич, Т. А. Дзюба // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2016. – № 3 (227). – С. 50-56.

ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

Сергієнко О.А., Шумейко І.В.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Рівень розвитку роздрібною торгівлі відображає загальний стан і тенденції соціально-економічного розвитку країни у цілому. Роздрібна торгівля є сферою відносно чутливою до інноваційних технологій. Також інноваційний розвиток підприємств роздрібною торгівлі необхідно розглядати як основний фактор їх конкурентоспроможності [1]. Власники ритейл бізнесу впроваджують сучасні цифрові технології для того, щоб йти в ногу з часом і таким чином залучати якомога більше клієнтів. Для самих же споживачів важливо, щоб їхні покупки відбувалися швидко, якісно та інтерактивно.

В роботі проведено аналіз деяких трендів розвитку технологій ритейлу 2019-2020 рр., а саме: використання технології доповненої реальності надає можливість віртуальної навігації по магазину, коли покупець заздалегідь обирає список продуктів для покупок в мобільному додатку і одразу бачить їхнє розташування на полицях магазину, після чого додаток прокладає найбільш оптимальний маршрут. Така функція вже є доступною в додатках багатьох супермаркетів; використання технології SmartCart – це винахід для розумних покупок, дозволяє за допомогою лише одного візка відкривати для покупців такі можливості як навігація, перегляд рецептів та список необхідних інгредієнтів для обраної страви, а також повну інформацію про продукт. А ще SmartCart сканує ваші товари і підбиває суму покупок. Більше того, клієнти магазинів можуть встановлювати свій фінансовий ліміт, і візок сповістить, коли сума покупок наблизатиметься до цієї цифри; розумні роботи є помічниками ще на етапі сортування товару на складах. В магазині ж вони взаємодіють з покупцями та менеджментом, оскільки в їхні “обов’язки” входить моніторинг товару на полицях, доставка необхідних продуктів клієнтам, а також збір та аналіз даних. В подальшому ця інформація обробляється для оптимізації бізнес процесів. Більше того, роботи можуть давати відповіді на запитання клієнтів різними мовами, а також показати шлях до необхідної полиці [2]; тренд Buy-and-go від Amazon – перспектива закупитись без черг, що сьогодні особливо приваблює покупців. Обираєш мову обслуговування, скануєш свій товар, кладеш на ваги та оплачуєш готівкою або картою. Це прискорює швидкість усіх процесів та транзакцій.

Отже, тренди та інновації в сфері роздрібною торгівлі за останні роки спрямовані на економію часу споживачів та оптимізацію проведення покупок. Менеджери ритейлу вимушені слідувати трендам та створювати їх, адже від цього напряму залежить конкурентоспроможність компаній.

Література:

1. Безус А.М. Роль інноваційного розвитку у стійкості підприємства / А.М. Безус, К.В. Шафранова, П.І. Безус // Інвестиції: практика та досвід. — 2018. — № 8. — С. 22—25.
2. Інноваційна компанія по розробці та впровадженні ефективних ІТ-рішень. – Режим доступу : [<https://blog.bvblogic.com>].

ЗАСТОСУВАННЯ ТРИНІТАРНИХ МОДЕЛЕЙ В УПРАВЛІННІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ

Серіков А.В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків*

В роботі проілюстровано можливості тринітарного моделювання для пошуку ефективних рішень в управлінні життєдіяльністю соціально-економічних систем.

Традиційні управлінські технології в аналізі проблемних ситуацій використовують підходи, що засновані на звичному редукціонізмі, тобто на уявному розчленуванні досліджуваної проблеми на частини. Це призводить до втрати цілісного бачення проблеми і помилкового результату в її розв'язанні. Тому краще вдатися до холистичного (цілісного, системного) аналізу проблем.

Найбільш простою серед складних систем є тринітарна (або тріадна); вона може використовуватися в якості «цеглини» для побудови інших складних систем [1] та формування системного тринітарного мислення (аналіза) [2, С. 10]. Пояснення останнього можна побачити на рис. 1, де наведено побудову зв'язку між неефективним та ефективним способами господарювання. Модель на рис. 1 описує структуру зв'язків елементів тріади (суцільні лінії) та відносин між ними (переривчасті лінії); в цій моделі з'являється ланка зворотнього зв'язку, завдяки якій в системі реалізується циклічність, а з нею і нелінійність поведінки. За таких умов відносно незатратна дія може привести до значного за наслідками результату.

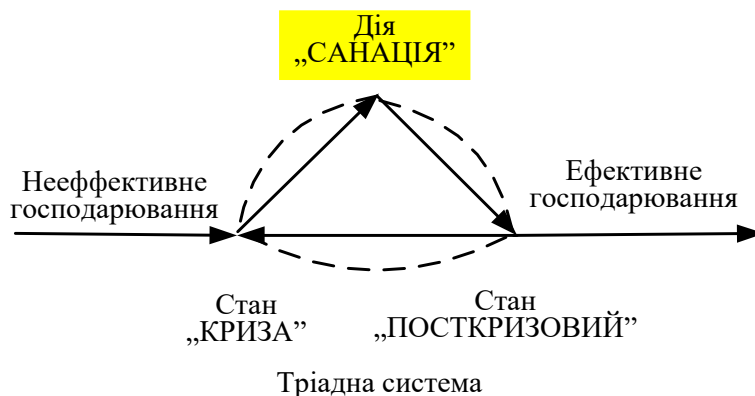


Рис. 1. Тринітарна модель узгодження протилежних способів господарювання (авторська розробка на базі ідеї в [2, С. 11])

Література:

1. Цветков В.Я. Тринитарные системы. *International Journal of Applied and Fundamental Research*. 2016. N 11. С. 556.
2. Кудж С.А. Тринитарный анализ. *Перспективы Науки и Образования*. 2018. № 2 (32). С. 10 – 16.

СТРАТЕГІЯ ВИПЕРЕДЖАЮЧОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТА ЕТАПИ ЇЇ РОЗРОБЛЕННЯ³

Сигида Л.О.

Сумський державний університет, м. Суми

Перехід до випереджаючого інноваційного розвитку має бути стратегічною метою підприємств, які спрямовують свою діяльність на забезпечення високої ефективності діяльності та досягнення конкурентоспроможності не лише серед вітчизняних, але також зарубіжних виробників.

Особливої актуальності питання інноваційного розвитку набувають в умовах переходу до Індустрії 4.0, яка в загальному розумінні передбачає глибоку інтеграцію інформаційних технологій у виробничий процес на основі організації виробництва через кіберфізичні системи, які створюють віртуальні копії об'єктів фізичного світу, контролюють фізичні процеси і приймають децентралізовані рішення.

Такий перехід визначає необхідність формування відповідної стратегії дій, що є довготривалим і складним процесом, при чому загальний універсальний алгоритм дій відсутній. Відповідно автором пропонується розроблення стратегії випереджаючого інноваційного розвитку здійснювати за такими етапами:

1. Формування місії підприємства.
2. Визначення цілей інноваційної діяльності.
3. Визначення поточного потенціалу інноваційного розвитку.
4. Дослідження тенденцій розвитку та впровадження досягнень Індустрії 4.0 в сфері діяльності підприємства.
5. Аналіз зовнішнього середовища.
6. Аналіз внутрішнього середовища.
7. Розроблення загальної концепції стратегії та альтернативних варіантів її реалізації.
8. Встановлення критеріїв оцінювання альтернативних варіантів стратегії.
9. Вибір стратегії випереджаючого інноваційного розвитку.
10. Визначення відповідності обраної стратегії тенденціям впровадження Індустрії 4.0 в межах сфери діяльності підприємства.
11. Впровадження стратегії випереджаючого інноваційного розвитку.
12. Контроль за реалізацією стратегії випереджаючого інноваційного розвитку.

Отже, сформовані автором етапи є поєднанням класичних (встановлення місії, аналізу середовища та ін.) та інноваційних кроків, обумовлених Індустрією 4.0. Такий підхід дозволяє отримати ряд переваг, зокрема, забезпечити безперервний пошук напрямків розширення інноваційних можливостей, створити умови для активізації потенціалу співробітників, що сприяє підвищенню ефективності роботи підприємства, вивчити всі взаємозв'язки та потенціал Індустрії 4.0 як головного трендсеттера інноваційних процесів XXI століття.

³ Робота виконувалася за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих на виконання науково-дослідної роботи № 0117U003922 «Інноваційні драйвери національної економічної безпеки: структурне моделювання та прогнозування»

ОСВІТА ЯК ОДНА З ОСНОВНИХ ПРОБЛЕМ МЕНЕДЖЕРА В УКРАЇНІ

Сидоренко Р.Р, Морозов В.Ю.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Освіта важлива деталь в становленні особистості. Управління будь-якою організацією, не має значення, з якою кількістю кадрів, з якими перспективами і якою галуззю необхідна особистість, яка за всім цим буде «наглядати». І ім'я такої людини менеджер.

Будь-яка організація в більшій чи меншій мірі поділена на більш дрібні підрозділи. Діяльність будь-якого структурного такого підрозділу в значній мірі залежить від особистості менеджера, тому що він наділений реальною владою, має право розпоряджатися ресурсами підприємства, здійснювати кадрову політику. Розмірковуючи хто такий менеджер, обов'язково варто приділити увагу такому поняттю як управлінське рішення, тому що воно є одне з головних «знарядь» управлінця. Також не варто забувати про вміння швидко підлаштуватися під будь-яку ситуацію або максимально швидко і без втрат перебудувати вектор розвитку бізнесу. Менеджер повинен бути морально готовий до виходу із зони комфорту. На сьогоднішній день в Україні практично в кожному вищому навчальному закладі є напрям "менеджмент". Таким чином і починається шлях менеджера, чотири роки до отримання ступеня бакалавр, потім якщо пощастить ще півтора року до ступеня магістр, а далі кожен йде у вільне плавання вибираючи свій життєвий шлях. Інститут дає ази, основи без яких неможливо зрозуміти і освоїти подальшу інформацію. Зазвичай після закінчення інституту, студент не має того досвіду якого від нього вимагає роботодавець, адже не кожен готовий брати на роботу студента, який ще вчора вчив теорію, а вже сьогодні повинен керувати персоналом і фінансами, без будь-якої практичної підготовки, в таких випадках може виручити наступне: Додаткові курси (від досвідчених професіоналів), коучинг, тренінги і звичайно книги і методики управління, які можна застосовувати на практиці. Від помилок ніхто не застрахований, важливо лише пам'ятати, що не страшно помилитися, страшно її повторити. Але на жаль велика частина менеджерів не має належної освіти і бажання розвиватися, як підсумок ми маємо величезну проблему освіти менеджера. Я вважаю, що для покращення освіти менеджера в Україні потрібно збільшити, як у кількості так і у якості базу практики, щоб студент отримував паралельно знання з теорії та досвід з практики, такий крок допоможе людині вирішити для подальшого, який вектор розвитку їй обрати. Також аналіз бази управління допомагає визначити типи та рівні прийняття управлінських рішень[1]. Виходячи з усього вище сказаного, я роблю висновок, що менеджер-це не просто професія, а скоріше стан душі, для поліпшення професійних якостей якого завжди потрібно розвиватися вивчати і пробувати щось нове.

Література:

1. Активні методи навчання в системі багато рівневої освіти.-П. 2005
2. Ванцова Т.С. Менеджер освіти: особливості управлінсько-педагогічної діяльності. 2008.-№10.

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ СИСТЕМИ ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ НЕЙРОННИХ МЕРЕЖ

Синиціна Ю.П.

«Національна металургійна академія України», м. Дніпро

Система підтримки прийняття рішень призначена для підтримки багатокритеріальних рішень у складному інформаційному середовищі. Інформаційна складність визначається необхідністю врахування великого обсягу даних, обробка яких без допомоги сучасної обчислювальної техніки практично нездійсненна. Для аналізу і розробок пропозицій в СППР використовуються наступні методи: інформаційний пошук, інтелектуальний аналіз даних, пошук знань в базах даних, міркування на основі прецедентів, імітаційне моделювання, еволюційні обчислення і генетичні алгоритми, нейронні мережі, ситуаційний аналіз, когнітивне моделювання та ін. Завдяки проведеному аналізу переваг та недоліків вищезгаданих методів визначено, що у даному дослідженні будуть використані можливості інтелектуальної СППР або ІСППР, так як в основі роботи такої системи лежить метод штучного інтелекту, а саме нейронні мережі та здатність їх до прогнозування завдяки можливості навчання. Нейронна мережа – сукупність нейронних елементів і зв'язків між ними. Основний елемент нейронної мережі – це формальний нейрон, здійснюючий операцію нелінійного перетворення суми добутоків вхідних сигналів на вагові коефіцієнти. Найбільший інтерес представляє алгоритм зворотного поширення помилки, так як мінімізує середньоквадратичну помилку нейронної мережі. Для цього з метою налаштування синоптичних зв'язків використовується метод градієнтного спуску в просторі вагових коефіцієнтів і порогів нейронної мережі. Для прискорення процедури навчання замість постійного кроку навчання запропоновано використовувати адаптивний крок навчання $\alpha(t)$. Алгоритм з адаптивним кроком навчання працює в 4 рази швидше. На кожному етапі навчання мережі він вибирається таким, щоб мінімізувати середньоквадратичну помилку мережі. В ході дослідження, виявлено наступні переваги нейромереж: успадкування певних механізмів роботи мозку; можливість універсальної апроксимації безперервних залежностей; здатність до відновлення інформації при руйнуванні або видаленні певної частини нейромережі; паралельна обробка інформації. До недоліків нейромереж можна віднести: відсутність чіткої теорії і механізмів інтерпретації функціонування і результатів роботи; низька швидкість навчання і необхідність розробки алгоритмів уникнення «паралічу», перенавчання та попадання в локальні оптимуми; необхідність вибору нейромережових парадигм і розробки відповідних формалізацій для вирішення конкретних завдань. Зазначені переваги є передумовою того, що нейромережові технології досить привабливі для вивчення, дослідження і удосконалення [1].

Література:

1. Синиціна Ю.П., Каут О.В., Фонарева Т.А. Інтелектуальні системи підтримки прийняття рішень у процесі управління підприємством *Інфраструктура ринку*. 2019. №32. URL.: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/32.

МІЖНАРОДНІ ОРГАНІЗАЦІЇ В СУЧАСНІЙ СИСТЕМІ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Синіговець О.М.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Розвиток світової економіки визначають об'єктивні процеси природного руху економічного розвитку та вирішальні дії таких учасників, як впливові держави, ТНК, міжнародні організації, міжнародні інтеграційні групи. Зараз маємо безпрецедентний тиск цих впливаючих факторів. Дослідження формування і інституціоналізації міжнародних організацій в контексті вибудовування на цьому рівні міжнародних відносин є актуальним.

Внаслідок складності процесу формування міжнародних стратегій економічного розвитку при глобалізації існує підвищене значення участі міжнародних організацій, як засновників системи наднаціонального регулювання міжнародної діяльності. Міжнародні організації є стратегічними суб'єктами соціально-економічної діяльності. Вони реалізують свої функції у вирішенні сучасних проблем, важливих для усього світу, виступаючи регуляторами здійснюють вагомий вплив на спрямованість і результативність світового економічного розвитку, об'єднуючи країни, які є їхніми членами, акумулюють великий фінансовий, виробничий, науковий та інший потенціал. Дослідження факторів, що визначають економічний розвиток, розширяється міжнародною конкуренцією основних гравців світового ринку. Нова природа конкуренції в міжнародних економічних відносинах є інституційною.

Серед держав спостерігається активний пошук нових і дієвих механізмів захисту внутрішніх ринків і освоєння інших ринків ресурсів, товарів і послуг. Тому і розвивається міжнародні інститути, здатні вирішувати завдання розвитку національних економік і цілих регіонів світу. Темп технологічних змін, геополітичні зміни, цифрове середовище визначають конкуренцію міждержавних міжнародних організацій з новими формами багатостороннього міжнародного співробітництва. Такі тенденції розвитку міжнародних організацій мають свої переваги і великі ризики, що обумовлюють світові кризи. Міжнародні організації мають вагому роль в процесах сприяння розвитку, надаючи фінансову, технічну і іншу допомогу. Суперництво і співробітництво є змістом глобальної конкуренції. Але ж інституційні підходи не виключають тиск окремого представника. Рішення інституцій глобального регулювання можуть призводити до диспаратного соціально-економічного розвитку, поглиблення дисфункціональності глобальної економічної системи. У рішеннях виявляється природне прагнення до максимізації власних вигід на світовому ринку, що визначає не тільки інструменти досягнення цілей держав, алей призводить до виникнення нових конфліктів. Співробітництво повинно сприяти удосконаленню існуючих і розвитку нових форм діяльності міжнародних організацій при максимальному узгодженні інтересів учасників.

Література:

1. Multilateralism and the challenges of the United Nations. 5 Apr 2019. UNITED NATIONS. URL: <https://www.un.org/pga/73/2019/04/05/multilateralism-and-the-challenges-of-the-united-nations>

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ЯК ОСНОВА СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНЦІЇ І ЗАЛУЧЕННЯ УКРАЇНИ ДО СВІТОВИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Синіговець О.М., Бєлих К.О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Актуальність дослідження полягає в тому, що активізація міждержавних інтеграційних об'єднань створює нові сфери регулювання і можливості для розвитку міжнародного бізнесу в Україні. Тому визначаються найбільш ефективно діючі міждержавні механізми регулювання ведення міжнародного бізнесу. Метою дослідження є аналіз та здійснення комплексної оцінки найбільш конкурентоспроможних переваг у галузях економіки України, а також показати, що міжнародний бізнес може стати одним з основних шляхів виходу України до світових інтеграційних процесів. Україна поступово долучається до світових інтернаціональних процесів, активно проводить політику виходу вітчизняних підприємств на зарубіжні ринки. Ця тенденція стає більш популярною у сучасному економічному просторі. Виходячи з цього, порушуються і вирішуються наступні основні питання: видова структура, значення, основна сутність та чинники конкурентоспроможності економічних суб'єктів на світовому ринку; аналіз методик та здійснення оцінки конкурентних переваг галузей економіки держави в умовах сучасних міжнародних відносин. Досліджуються найбільш перспективні напрямки в економіці України та стратегічний алгоритм дії щодо підвищення рівня конкурентоспроможності в умовах ринкової економіки. У сучасному світі міжнародних зв'язків найбільш важливу роль становить активна інтеграція національних економік, міжнародний поділ праці та спеціалізація країн, окремих регіонів, а також загострення конкуренції та прагнення кожного учасника міжнародних економічних відносин досягти високих позицій на світовому ринку. Необхідно зробити наголос на активній участі України в інтеграційних процесах через ефективне налагодження зовнішньоторгівельних зв'язків. Безумовно, ця стратегія досягається шляхом підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної економіки, ростом обсягів експортної продукції. Таким чином, здійснюється участь у міжнародній інтеграції через змістовний аналіз та розгляд механізмів реалізації. Міжнародний бізнес в умовах і на різних стадіях інтернаціоналізації розвивається під впливом конкуренції на глобальних ринках. Підкреслимо, що їх сумісний розвиток зумовлений динамічними процесами глобалізації та інтернаціоналізації продуктивних сил, посиленням консолідації міжнародного бізнесу та діяльності глобальних компаній в умовах нового цивілізаційного порядку.

Література:

1 Кокоріна В.І. Імперативи розвитку міжнародного бізнесу в умовах глобалізації/ В.І. Кокоріна// Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2010. - №3. – С. 67-73.

2 International Business : New Challenges, New Forms, New Perspectives / Simon Harris, Olli Kuivalainen, Veselina Stoyanova. – London : Palgrave Macmillan, 2012. – 288 p.

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ АГРОІННОВАЦІЙ В УМОВАХ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Сідельнікова І.В.

*Харківський національний педагогічний університет імені Г.С.Сковороди,
м. Харків*

В умовах інтеграції національної економіки України у світове господарство актуалізується питання конкурентоспроможності продукції національного виробника і окремих суб'єктів господарювання в межах країни. Практичний досвід доводить, що краще працюють, зберігають конкурентні позиції та є прибутковими ті підприємства, які активно впроваджують інновації. Це має бути пріоритетним напрямом діяльності також і для підприємств аграрного сектору національної економіки.

Як показують дослідження, обмеження впровадження аграрних інновацій визначаються дією таких факторів, як недостатньо ефективне використання існуючих конкурентних переваг та наявного потенціалу, низька продуктивність праці, значне зношування техніки і устаткування, низька ефективність державного фінансування, недостатнє стимулювання наукової праці й падіння престижу наукової діяльності, недосконалість законодавчої й нормативно-правової бази (стосовно ліцензування, сертифікації, оформлення патентів), фактична відсутність професійних менеджерів інноваційних процесів в аграрній сфері, висока вартість упровадження та комерційного освоєння нововведень, а також вплив низки неекономічних факторів, зокрема інституціонального характеру [1].

Аналіз проблем дозволив окреслити основні шляхи їх вирішення в умовах сучасного стану розвитку національної економіки: вдосконалення механізму управління інноваційною діяльністю аграрних підприємств; технічне та технологічне переоснащення аграрного виробництва; активізація інноваційної діяльності підприємств через надання пільг, покращення фінансування, розширення консультаційних послуг; підвищення результативності наукових досліджень шляхом удосконалення матеріально-технічної бази, посилення кадрового забезпечення науково-дослідних установ; інтеграція дрібних аграрних підприємств у великі виробничі структури [2; 3].

Таким чином, вирішення проблем використання аграрних інновацій дасть змогу нарощувати конкурентні переваги, перетворити аграрне виробництво у сучасну наукомістку галузь.

Література:

1. Гончаренко О.В. Розвиток інституту агроінновацій в Україні: еволюційні обмеження і перспективи. *Агросвіт*. 2014. №10. С.12-16.
2. Запірченко Л.Д., Рябоволик Т.Ф. Особливості інноваційної діяльності та впровадження інновацій у виробничу діяльність аграрних підприємств. *Центральна науковий вісник. Економічні науки*. 2018. Вип. 34. С. 259-268.
3. Олійник О.В., Сідельнікова І.В. Агроінноваційна діяльність як ключовий чинник економічного зростання. *Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди «Економіка»: збірник наук. пр. / за заг. ред. акад. НАПН України І.Ф.Прокопенка*. Харків: ХНПУ, 2018. Вип. 18. С.51- 61.

ТЕОРЕТИЧНІ СКЛАДОВІ БАЗИСУ АДАПТАЦІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ДО КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

Сікестіна Н.Г.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В роботі розглянуто базові складові сучасних підходів до визначення поняття «адаптація». Проте управління адаптаційними змінами сучасних промислових підприємств має базуватись на досконалому вивченні та опрацюванні сутності та основних складових управління адаптаційними змінами в умовах мінливого конкурентного середовища. Різні етапи функціонування економіки країни та специфічні особливості здійснення діяльності в тій чи іншій сфері передбачають створення власної системи адаптації діяльності підприємства до умов ринку. Причому така адаптація має відбуватись із урахуванням як зовнішніх умов функціонування підприємства, так і внутрішніх його особливостей. До основної групи наукових трактувань поняття «адаптації» слід віднести наукові трактування, що базуються на розумінні «адаптації» як залучення, пристосування діяльності підприємства до ринкових умов господарювання. Растригін Л. А. пропонує ототожнювати поняття «адаптації» та управління»: «адаптація – це організація цілеспрямованого впливу на об'єкт, який спрямований на досягнення раніше поставлених цілей» [1, с. 10]. Проте управління має набагато ширшу сутність, ніж адаптація. Адаптацію, на нашу думку, можна розглядати як тактичне пристосування до змін ринку, в той самий час як управління повинно носити довготривалий характер. Слід відмітити існування наукового підходу, запропонованого Р. Акоффом, який виділяв активні та пасивні дії підприємств, що адаптуються. Основне завдання пасивної адаптації – накопичення інформації про мінливі умови ринку та реагування на зміни, які вже відбулись на ринку. Проте активна адаптація спрямована на зміну зовнішнього середовища з метою покращення умов функціонування підприємства чи на пошук іншого більш сприятливого середовища. Саме активна адаптація створює можливості для отримання конкурентних переваг підприємства на ринку. Тобто під активною адаптацією у такому підході використовуються можливості цілеспрямованого пошуку альтернативних варіантів розвитку підприємства. Пасивна адаптація за Р. Акоффом передбачає пристосування до наявних умов ринку без застосування значних дій з боку підприємства [2, с. 24]. Отже, під «адаптацією» слід розуміти безперервний процес дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища діяльності підприємства, розробку та впровадження змін в управлінні організаційно-економічними, технологічними складовими діяльності підприємства для досягнення цільових показників діяльності та підвищення конкурентоспроможної продукції промислових підприємств у складі кластеру.

Література:

1. Растригин Л.А. Адаптация сложных систем. - Рига: Знание, 1981. - 375 с.
2. Акофф Р. Планирование в больших экономических системах. / Пер с англ. Г.Б. Рубальского под ред. И.А. Ушакова. - М.: «Советское радио», 1972. - 224 с.

ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Сітак І.Л., Варенінова А.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

На рівень прибутку, як на основне джерело фінансування розвитку підприємства та зростання доходів його працівників і власників, прямо і опосередковано впливає прийняття управлінських рішень у будь-якій сфері діяльності. Тому необхідно правильно інтегрувати систему управління прибутком із загальною системою управління підприємством.

Такі дії, як аналіз і моніторинг зовнішнього середовища, розробка стратегії підприємства, підготовка аналітичної інформації, прийняття рішення, аналіз і коректування рішення у випадку необхідності – застосовуються в рамках механізму управління прибутком. В області управління прибутком вони визначаються як рішення і підготовка інформації для прийняття управлінських рішень.

Для того, щоб забезпечити досконалий механізм управління прибутком для українських суб'єктів господарювання можна запропонувати наступні заходи: 1. Проводити ефективну кадрову політику. Це повинно зменшити для господарства витрати часу на виробництво одиниці продукції, за умови забезпечення максимально продуктивного та кваліфікованого персоналу. 2. Підвищувати ефективність збутової політики підприємств. Оскільки від реалізації продукції залежить отримання доходу, необхідно приділяти їй більше уваги. 3. Уникати непродуктивних витрат шляхом їх нормування, планування та аналізу. 4. Підвищувати якість продукції і ліквідувати втрати від браку. На дохідність господарства впливає модернізація продукції або зняття з виробництва неконкурентоспроможних товарів. Господарство не зможе отримати максимальний можливий дохід, який був попередньо запланований, оскільки може зазнати підвищення витрат через виробництво неконкурентоспроможної продукції. 5. Підвищувати ефективність маркетингу. Багато нових видів виробів не купуються на ринку саме через відсутність дієвого механізму рекламування та заохочування покупців. 6. Застосовувати жорсткий контроль за всіма витратами. З метою проведення керівниками підрозділів найточнішого контролю за всіма ділянками роботи необхідно забезпечити їх всіма необхідними засобами. Тільки тоді не будуть допущені марні та невиправдані витрати матеріальних, фінансових та трудових ресурсів.

Усі підприємства прагнуть у результаті своєї діяльності мати прибуток і намагаються його збільшувати. Тільки розуміння того в якому напрямку діяти, може привести до позитивної динаміки. Необхідно застосовувати ефективні підходи до управління прибутком суб'єкта господарювання задля підвищення рентабельності виробництва та інвестиційної привабливості підприємства, зміцнення його конкурентоспроможності. У зв'язку з цим, методи управління прибутком необхідно вдосконалювати.

ПОСЛІДОВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ РОЗПОДІЛОМ ТА ВИКОРИСТАННЯМ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Сітак І.Л., Пастушенко О.Б.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Прибутковість підприємств за економічною сутністю пов'язана з отриманням прибутку та оцінюється різноманітними його зв'язками з показниками капіталу, витрат, доходів, які є головними орієнтирами і водночас критеріями стану та ефективності виробництва. Управління розподілом та використанням прибутку підприємства доцільно здійснювати в наступній послідовності: 1. сформувати інформаційну базу для аналізу ефективності функціонування підприємства. 2. зробити аналіз попереднього досвіду використання прибутку підприємства. 3. дослідити як внутрішні так зовнішні чинники, що впливають на ефективність використання прибутку підприємства. 4. визначити напрями розподілу прибутку підприємства як у поточному період так і з врахуванням стратегічних та тактичних цілей його розвитку. 5. розробити системи управлінських рішень по забезпеченню ефективного використання прибутку. 6. забезпечити контроль за виконанням прийнятих управлінських рішень щодо розподілу та використання прибутку підприємства. 7. Здійснити корегування ряду управлінських рішень щодо розподілу та використання прибутку за результатами здійсненого контролю та з врахуванням стратегії розвитку підприємства. Слід зауважити, що для покращення цільової структури використання прибутку підприємства, необхідно: визначити пріоритетні напрями використання прибутку підприємства,– що спричиняють подальший розвиток підприємства та покращення фінансових результатів його діяльності; провести оптимізацію коштів, що спрямовані на фонд споживання; виконати розрахунок оптимальної величини резервного фонду та– скерувати кошти на забезпечення його збільшення; провести оптимізацію коштів, які спрямовуються в інші цільові фонди;– створити такі умови діяльності підприємства, за яких прибуток не буде– використовуватися для сплати підприємством штрафних санкцій; скласти детальний плану використання та розподілу прибутку– підприємства з визначеними датами та конкретним кошторисом; забезпечити чіткий контроль за виконанням поставлених завдань щодо– використання та розподілу прибутку; виконати аналіз отриманих прибутків у базовому періоді та виявити– резерви, що будуть сприяти максимізації прибутку, а також плануванню формуванню, розподілу та використанню прибутку у наступних.

Отже, прибуток є важливою економічною категорією, на яку впливають процеси, що відбуваються в навколишньому середовищі, у сферах виробництва й розподілу суспільного продукту та національного доходу. Лише за умови урахування усіх цих факторів і процесів можливе впровадження дієвих заходів щодо збільшення прибутку.

НАСКРІЗНО-ЖИТТЄВА БІЗНЕС МОДЕЛЬ В УПРАВЛІННІ ЖИТТЄВИМ ЦИКЛОМ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Скворчевський О.Є.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут» м. Харків

В поточний час з'являється значна частина публікацій, щодо реалізації інтегрованої логістичної підтримки високотехнологічної продукції, зокрема зразків озброєння та військової техніки, на основі CALS-концепції [1, 2 та ін.]. Але вітчизняних публікацій, що показують конкретні практичні принципи, технології та моделі впровадження цієї концепції виявлені не було.

Метою даної доповіді є представлення наскрізно-життєвої бізнес моделі, як одного із базових інструментів практичного впровадження CALS-концепції.

Наскрізно-життєва бізнес-модель (The Through Life Business Model (TLBM)) це інструмент, розроблений, щоб допомогти програмам оборонної системи управляти змінами. В ній представлено бачення того, як НАТО може покращити свої процеси придбання та логістичних процесів для багатонаціональних програм шляхом найкращого використання інформаційних технологій впродовж життєвого циклу оборонних систем [3].

Програми оборонних систем, які приступають до змін, можуть використовувати наскрізно-життєву бізнес-модель спільно з іншими продуктами НАТО CALS як вихідну точку для моделювання своїх майбутніх процесів та як інструмент для розробки своїх вимог в інформаційній сфері. Наскрізно-життєва бізнес-модель являє собою структуроване представлення основних видів діяльності, пов'язаних із життєвим циклом оборонної системи, від визначення затвердженої потреби в місії до знищення. Вона призначена для надання довідкової моделі та засобу зв'язку, який використовується для розуміння процесів управління майбутньою оборонною системою протягом усього її життєвого циклу [3].

Наскрізно-життєва бізнес-модель була розроблена як результат серії воркшопів проведених НАТО CALS організацією. Експерти із країн учасниць НАТО були зібрані разом та встановили, як зменшити витрати, прискорити доставку та покращити властивості оборонних систем, протягом їх життєвого циклу [3]. Шлях до впровадження вказаної бізнес-моделі в Україні аналогічний.

Література:

1. Воїнов В.В. Інтегрована логістична підтримка зразків озброєння та військової техніки / Воїнов В.В, Бровко М.Б., Запара Д.М. // Системи озброєння і військова техніка. – 2014. – № 1(37). – С. 12-15.

2. Скворчевський О. Є. CALS-концепція логістичної підтримки життєвого циклу озброєння та військової техніки: національні аспекти впровадження // Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони = Modern Information Technologies in the Sphere of Security and Defence. – 2019. – № 1 (34). – С. 45-52. Режим доступу: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/41288>

3. NATO CALS handbook. – 2000. – 307 p.

СУЧАСНА ДЕМОГРАФІЧНА СИТУАЦІЯ В УКРАЇНІ

Скомкіна Д.А., Білоцерківський О.Б.
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків

У роботі розглянуто питання сучасної демографічної ситуації в Україні. Населення, його соціальне самопочуття та розвиток є визначальною ознакою суспільства, основою могутності держави. Тому демографічна сфера завжди є об'єктом пильної уваги політиків та громадськості. В Україні сучасна демографічна ситуація викликає занепокоєння. Скорочення чисельності населення, зниження тривалості життя і народжуваності, від'ємне сальдо міграції стали характерними ознаками демографічної ситуації дев'яностих років ХХ сторіччя. Причини цього мають історичне коріння і накопичувалися протягом тривалого часу. За оцінками експертів, перша та друга світові війни, три голодомори (1921, 1932-1933, 1947 рр.), форсована індустріалізація, примусова колективізація, масові репресії 30-50-х рр., Чорнобильська катастрофа, зтяжна системна криза 90-х рр. вкрай негативно вплинули на нормальний процес демографічної трансформації, призвели до помітних деформацій складу населення, передчасної смерті близько 16 млн. осіб. У поєднанні зі зниженням народжуваності ще в 60-х рр. це обумовило вичерпання демографічного потенціалу. Впродовж 1995-2005 рр. чисельність населення України зменшилася на 4,5 млн. осіб [1].

Для сучасної демографічної ситуації в Україні характерні:

- різке зменшення народжуваності, збільшення смертності і відсутність природного приросту;
- постаріння населення, збільшення «навантаження» на працездатну його частину;
- скорочення тривалості життя як чоловіків, так і жінок;
- погіршення здоров'я нації;
- інтенсифікація міграційних процесів, вплив яких на демографічні та соціально-економічні показники суперечливий і нерідко негативний.

За даними Держстату України про народжуваність і смертність у 2019 році, за цей період в країні народилося понад 286 тис. дітей, а померло 533764 українців. Майже 2 тис. з них – це немовлята віком до одного року. Це говорить про те, що смертність в Україні перевищує народжуваність майже в 2 рази. Уряд України підрахував, що населення України скоротилось до 37,3 млн. осіб, хоча у 2001 році воно складало 48,5 млн. осіб [2].

Література:

1. Білоцерківський О. Б., Ширяєва Н. В. Дослідження чисельності населення України за 1990-2005 з використанням рядів динаміки. *Вісник НТУ «ХПІ». Сер. Технічний прогрес і ефективність виробництва*. 2007. № 13. С. 45-49.

2. Уряд оприлюднив реальну чисельність населення. *Zaxid.net* : веб-сайт. URL: https://zaxid.net/chiselnist_naselennya_ukrayini_na_gruden_2019_skilki_lyudey_v_ukrayini_n149_6489 (дата звернення: 03.03.2020).

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Скорик І. М., Ларка Л. С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Актуальність удосконалення ціноутворення на підприємстві обумовлюється тим, що саме цей напрям діяльності підприємства забезпечує переважну більшість вхідних грошових потоків підприємства. Ефективна цінова політика підприємства полягає у тому, що при збереженні принципу економічної ефективності діяльності підприємства максимально ураховуються потреби споживачів, тобто продукція підприємства задовольняє певну суспільну потребу.

Формування ціни на підприємстві відіграє дуже важливу роль для функціонування та розвитку підприємства. Кожний вид ціни складається з окремих елементів, таких як собівартість одиниці продукції, прибуток, акцизний збір, податок на додану вартість, посередницько-збутова націнка й торговельна надбавка. Основними передумовами ефективною цінової політики в умовах ринкової економіки є орієнтація на споживачів, врахування їх цінової чутливості, визначення конкурентоспроможності продукції підприємства, моніторинг цін конкурентів, дослідження факторів, які впливають на ціну, диференційоване визначення рівнів торговельних надбавок.

Для більшості видів продукції, що досліджувались, доцільно використовувати стратегію «ціна – якість». На основі проведеного дослідження виявлено, що ціна є однією з ключових категорій ринкової економіки. Формування ціни на підприємстві відіграє дуже важливу роль для його функціонування та розвитку.

Для удосконалення ціноутворення на підприємстві можна рекомендувати реалізацію комплексу таких заходів:

- аналіз структури собівартості продукції з метою визначення резервів для її зменшення;
- аналіз цінової стратегії підприємства, дослідження її узгодженості з іншими складовими стратегічного набору;
- удосконалення системи бізнес-планування на підприємстві з метою підвищення якості обґрунтування ціни на інноваційну продукцію підприємства [1];
- логіко-змістовне моделювання проблем ціноутворення на підприємстві з метою визначення причинно-наслідкових зв'язків між ними [2].

Література:

1. Ларка Л. С. Бізнес-планування в системі економічного управління підприємством / Л. С. Ларка, К. П. Нелюб // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 27 (1199). – С. 3–7.
2. Андрусь О.І. Аналіз проблем сучасного ціноутворення в Україні та обґрунтування шляхів підвищення його ефективності / О.І. Андрусь // Ефективна економіка (електронний журнал). – 2013. – № 5. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2027> (дата звернення 11.03.2020 р.).

ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Скотнікова Л.П.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Ефективна інвестиційна діяльність будується з врахуванням таких принципів як динамізм, комплексний характер формування управлінських рішень. Основу інвестиційної діяльності організації складають інвестиційна політика, формування інвестиційних ресурсів.

Під інвестиційною діяльністю підприємства розуміють процес формування системи довгострокових цілей інвестиційної діяльності і вибір ефективних шляхів їх досягнення на базі прогнозування умов цієї діяльності, кон'юнктури інвестиційного ринку. Інвестиційна політика містить такі напрямки: управління ризиком; програмно-цільове планування; складання капітальних бюджетів; стратегічний аналіз; стратегічне управління.

Найбільш складною є проблема пошуку джерел фінансування інвестиційних проектів, як форми реалізації стратегії розвитку підприємства. Основними джерелами інвестиційних проектів є власні засоби, залучені засоби, позикові кошти.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- визначити сутність інвестиційної діяльності та інвестиційної політики підприємства;
- виявити роль інвестиційної діяльності в управлінні підприємством;
- дослідити інвестиційну стратегію підприємства і способи її формування;
- провести аналіз основних характеристик діяльності підприємства;
- запропонувати методичні підходи до інвестиційного аналізу підприємства;
- виявити основні критерії прийняття інвестиційних рішень;
- розробити інвестиційний проект. Визначити його економічну ефективність.

Цілі учасників інвестиційної діяльності різні. Їх спрямованість може співпадати, а може суттєво відрізнятись. Це залежить від функціональної ролі суб'єкта в інвестиційному процесі, його статусу, стратегії розвитку, об'єкта інвестування, інвестиційного клімату та інших факторів. Реалізація цілей операційної діяльності підприємства з появою нових можливостей потребує зміни асортименту, впровадження нових технологій, засвоєння нових ринків збуту продукції. Отже, необхідно прогнозувати інвестиційну діяльність підприємства як розробку чітко сформульованої інвестиційної стратегії, яка спонукає до ефективного розвитку підприємства: забезпечує механізм реалізації довгострокових інвестиційних цілей економічного і соціального розвитку; відображає переваги підприємства з інвестиційної діяльності в порівнянні з його конкурентами; створює передумови стратегічних змін організаційної структури управління та організаційної культури підприємства.

ПРОБЛЕМИ ВІДТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ФОНДІВ В УКРАЇНІ

Сліпак І., Майстро Р.Г.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Відтворення основних фондів підприємств є одним з ключових питань подальшого економічного розвитку України. Це пов'язано з тим, що стан основних засобів на вітчизняних підприємствах різних форм власності на сьогодні є вкрай незадовільним, оновлення матеріально-технічної бази виробництва здійснюється повільними темпами, впровадження нових технологій для багатьох підприємств є досить проблематичним.

Відтворення основних засобів – це процес безперервного їх поновлення у зв'язку з фізичним зносом або так званім «моральним» старінням, спричиненим науково-технічним прогресом, до настання повного фізичного спрацювання. В економічній літературі розрізняють просте, розширене та звужене відтворення. Просте відтворення основних засобів здійснюється в тому самому обсязі, коли відбувається заміна окремих зношених частин основних засобів або заміна старого устаткування на аналогічне.

Розширене відтворення передбачає кількісне та якісне збільшення діючих основних засобів або придбання нових основних засобів, які забезпечують вищий рівень продуктивності устаткування.

Звужене відтворення – це такий вид відтворення, коли кількість і вартість основних фондів підприємства поступово зменшується.

Очевидно, що в ринкових умовах господарювання ефективним є ведення розширеного способу відтворення основних фондів підприємства, що визначається передусім конкуренцією товаровиробників. Саме конкуренція спонукає підприємства здійснювати прискорене списання основних виробничих засобів з метою вкладання коштів у придбання більш прогресивного устаткування, впровадження нових технологій та іншого поліпшення основних виробничих засобів. Розрізняти дві форми оновлення основних фондів – екстенсивну та інтенсивну.

Забезпечення певних темпів розвитку і підвищення ефективності виробництва можливе за умови інтенсифікації відтворення та підвищення ефективності використання діючих основних фондів підприємств. Ці процеси сприяють постійному підтримуванню належного технічного рівня кожного підприємства, дають змогу збільшувати обсяг виробництва продукції, знижувати собівартість виробів за рахунок скорочення питомої амортизації й витрат на обслуговування виробництва і його управління, підвищувати фондівдачу та прибутковість.

Література:

1. Економіка підприємства: Підручник / За заг.ред. С.Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2005. – 528с.
2. Дідченко О.І. Фінансове забезпечення відтворення основних засобів. / О.І. Дідченко, Т.С. Анатольєва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ep.zgia@gmail.com>
3. Майстро Р.Г. Ефективність використання основних фондів на підприємстві./ Р.Г. Майстро, А.Д. Рожнова. Вісник НТУ «ХПІ». Харків: НТУ«ХПІ», 2014. – № 33 (1076)

ВПЛИВ ДУАЛІЗМУ СПОЖИВЧИХ НАСТРОЇВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ РИТЕЙЛУ

Смольнякова Н.М., Рєзник М.О.

Харківський державний університет харчування та торгівлі, м. Харків

Конкурентні позиції будь-якого суб'єкта господарювання в першу чергу залежать від прихильності покупця до його пропозиції товарів/послуг, бренду, здатності оперативно реагувати на зміни споживчої поведінки. За глобальним дослідженням Nilsen лише 8% споживачів є відданими прихильниками певних брендів, а майже половина користуються перевіреними товарами, але іноді готові пробувати новинки. Така поведінка покупців характерна і для ритейлу, як традиційного, так і електронного, на який пропри бурхливий розвиток, припадає усього 14% світових роздрібних продажів, а 86% молоді понад половини товарів купує у звичайних магазинах. Спільними, незважаючи на численні відмінності (соціально-демографічні, регіональні, національні й інші) проявів купівельного попиту, для традиційної й інтернет-торгівлі під час вибору споживачами каналу продажів є: широкий асортимент і різноманітність товарів, співвідношення ціна-якість, якість товару, ціна і зручність користування, популярність і надійність бренду, наявність програм лояльності, готовність платити більше за «відчутні» переваги (нові функції, користь для здоров'я чи навколишнього середовища) товару. Дуалізм споживчої поведінки виявляється через різні вимоги до традиційної та електронної торгівлі. Обираючи першу, споживач бажає: мати можливість оглянути та вибрати товар (можливо унікальний); отримати кваліфіковану консультацію; протестувати товар перед покупкою; скористатися розпродажем (знижками, купонами); швидкого й якісного обслуговування; мати можливість замовлення товару через мобільний додаток і оплатити його через мобільний сервіс; негайно забрати товар після оплати; комфортних умов здійснення покупок; отримати новий позитивний досвід від шопінгу. Від онлайн-торгівлі клієнти хочуть: високої репутації продавця; швидкого завантаження сайту (додатку) онлайн-магазину; простоти навігації та пошуку товару; наявності важливої інформації про товар та його фото; збереження конфіденційності; зручних форм і способів оплати; безкоштовної доставки; швидкості і дотримання гарантованої дати доставки покупки; простоти повернення товару. Якщо ці умови порушуються ритейлером, то це неминуче призводить до: зіпсованого купівельного досвіду; скорочення часу відвідувачів на здійснення покупки; зменшення середнього розміру покупки; скорочення загальної кількості імпульсивних покупок; виникнення розчарування в бренді та втрати лояльності до нього; швидкого поширення негативної інформації про ритейлера серед потенційних покупців через соціальні мережі; поступовому відтоку покупців до конкурентів; зниженню рівня рентабельності, а отже – до втрати конкурентних позицій і врешті-решт – банкрутства. Тобто, якщо офлайн- або онлайн-магазин не в змозі задовольнити основні вимоги та бажання покупців, то ані інтерактивний маркетинг, ані розваги, ані пільгові покупки чи технологічні новації не здатні відновити лояльність покупців до торгової марки (бренду) і залучити нових, тобто утриманню/підвищенню конкурентоспроможності.

ЗАРУБІЖНИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ТЕХНОЛОГІЇ

Соколова Л.В., Зінченко М.Е.

Харківський національний університет радіоелектроніки, м. Харків

Нейромаркетинг – це одна із сучасних концепцій маркетингу, яка спирається на дослідження психології споживачів. Нейромаркетинг все більше і більше завойовує популярність серед маркетологів-практиків, адже допомагає з науковою точністю визначити, який колір, запах і смак привертає цільову аудиторію.

Прикладами використання нейромаркетингу є дослідження від компаній Frito Lay – виробника чіпсів Lays та Google [1]. Було встановлено, що покупців чіпсів не мотивує використання натуральних і матових кольорів, а також фотографій корисних для здоров'я продуктів. Тому компанія стала використовувати блискучу упаковку яскравих кольорів із зображенням смажених чіпсів. Google свого часу вивчала, які рекламні формати більше сподобаються користувачам YouTube. Вибір стояв між оверлеями (невеликими банерами в нижній частині екрана) і прероллами (рекламними роликами, які запускаються перед основним відео). Виявилося, що глядачам більше подобаються оверлеї, тому компанія поглибилася в розробку цього напрямку.

В Україні поки що застосовуються лише окремі елементи нейромаркетингових технологій, зокрема: аромаркетинг – запах морської свіжості охолодженого напою «Миргородська»; аудіомаркетинг – у супермаркетах «Сільпо», «Колос»; мерчандайзинг – блакитний колір напою «Боржомі» викликає дружню прихильність, спокій та мир; політичний нейромаркетинг. Запах, мелодія, кольорова гамма та їх поєднання відіграє важливу роль у нейромаркетинговій технології впливу на підсвідомість споживачів та активній взаємодії з ними. Поступово впроваджуються методи політичного нейромаркетингу, про що свідчить велика кількість телевізійних ток-шоу, в яких вивчають особливості реакції публіки у процесі обговорення політичних проблем. Так створюється потужна база даних емоційних реакцій, підсвідомих пріоритетів електорату. Спираючись на ці дані, політики можуть ефективно коригувати свої політичні виступи, імідж і гасла [2].

Фахівці вважають, що нейромаркетинг є сучасним і доволі ефективним методом просування в усьому світі. На жаль, в Україні методи нейромаркетингу використовуються дуже обмежено, але є надія, що при наявності необхідної технічної бази і добровольців респондентів можна очікувати зростання зацікавленості у нейромаркетингових дослідженнях.

Література:

1. Скригун Н. П. Нейромаркетинг як засіб психологічного впливу на споживача. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2018. № 30. URL: <http://vestnik-ekonom.mgu.od.ua/journal/2018/30-2018/16.pdf>.
2. Копейко А. А. Нейромаркетинг як механізм маніпулювання споживачем. URL: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=41244>.

МІСЦЕ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ У СИСТЕМІ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ

Соколова Л.В., Литвинова А.В.

Харківський національний університет радіоелектроніки, м. Харків

Одним із напрямків економічної теорії є дослідження впливу психологічних факторів на рішення людей у різних економічних життєвих ситуаціях [1]. У класичній економічній теорії базовим постулатом є ствердження, що людина діє виключно раціонально, враховуючи всі можливі ризики і максимізуючи власну вигоду. Однак реальне життя набагато складніше простої економічної моделі, а люди найчастіше приймають рішення, спираючись не на логічні висновки, а під дією емоцій, моральних принципів і переконань.

Зарубіжний науковець Річард Талер запровадив нове поняття – «ефект володіння» (endowment effect), який проявляється в тому, що людина більше цінує ті речі, якими вже володіє. У класичному експерименті, проведеному на базі Корнельського університету, студенти частіше відмовлялися змінювати заздалегідь подаровані їм чашки на шоколадки, хоча, коли їм пропонували просто вибрати між чашкою і шоколадкою, ніяких особливих переваг вони не виявляли [2]. У своїх працях Річард Талер і його однодумці (лауреати Нобелівської премії з економіки Даніель Канеман і Гері Беккер, Метью Рабін і ін.) показали, що люди далеко не завжди поведуться так, як це бачить стандартна економічна теорія. Споживачі, наприклад, по-різному ставляться до одних і тих же грошових сум в залежності від джерел, з яких отримано ці гроші (заробітня плата, відсоток на внесок, виграш у лотереї, подарунок та ін.). Крім того Даніель Канеман виявив таке явище, як «неприйняття втрат». За результатами багатьох проведених відповідних спостережень було зроблено висновок, що «втрати здаються більше виграшу» і що у людей існує «неприйняття втрат». Слід зазначити, що результати всіх цих досліджень надихнули економістів усього світу на державному та місцевому рівнях впроваджувати теорію «підштовхування», тобто вводити певні стимули для того, щоб люди приймали певні рішення.

За допомогою використання цих знань можна вирішити багато проблем як в Україні, так і в інших державах світу стосовно сплати податків, скорочення продажу тютюнових виробів, боротьби з антисоціальною поведінкою на вулицях і багато інших. Таким чином можна зробити висновок, що психологічні чинники впливають на прийняття людьми – потенційними споживачами різних товарів та послуг певних економічних рішень і грають вагомую роль в процесі функціонування поведінкової економіки.

Література:

1. [Поведінкова економіка – Вікіпедія. URL: uk.wikipedia.org > wiki > Поведінкова_економіка.](https://uk.wikipedia.org/wiki/Поведінкова_економіка)

2. Талер Р. Нова поведінкова економіка. Чому люди порушують правила традиційної економіки і як на цьому заробити. 2017. 368 с.

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ – ЗАПОРУКА УСПІХУ РИНКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Соколова Л.В., Огородник В.А.

*Харківський національний університет радіоелектроніки,
м. Харків*

У теперішній час конкуренція товаровиробників характеризується динамізмом, масштабністю, гостротою, що вимагає від суб'єктів господарювання забезпечення ключових факторів успіху на ринку – довгострокових конкурентних переваг. Кожне підприємство прагне захопити лідерство в конкурентній боротьбі забезпечити собі конкурентну перевагу, яка виступає основою забезпечення конкурентоспроможності підприємства, а також складовою частиною конкурентоздатного потенціалу. Саме конкурентна перевага є заставою міцної конкурентної позиції підприємства й визначає характер його конкурентної стратегії [1, 2].

Для досягнення й утримання конкурентної переваги в плинні тривалого часу, недостатньо мати високою операційну ефективність, потрібна продумана стратегія розвитку своїх відмітних якостей і унікальних компетенцій. Конкурентна перевага являє собою відносну категорію, що проявляється в конкурентному середовищі, має стабільність і високий рівень адаптації до умов, що змінюються, і визначає можливості ефективного функціонування системи [2]. Вид конкурентної переваги визначає ринкові можливості підприємства й найбільш доцільні шляхи їх реалізації, що вона залежить в основному від факторів, що сформувалися в країні. На думку зарубіжного ученого М. Портера конкурентні переваги – це сукупність факторів, що визначають успіх або неуспіх підприємства в конкуренції; продуктивність використання ресурсів [3]. Аналіз різних підходів до пояснення природи конкурентоспроможності підприємства показав, що його конкурентна перевага на ринках збуту товарів залежить від наявності й ефективності використання ресурсів. У сьогоденних умовах VUCA-світу, економічно нестабільному бізнес-середовищі товаровиробників формування та підтримання конкурентних переваг є дуже важливим процесом, який потребує особливої уваги топ-менеджерів підприємств.

Література:

1. Соколова Л. В. Понятійно-термінологічна система «Теорія конкуренції: конкурентність». *Problems of spatial development of socio-economic systems : economics, education, medicine*. Monograph. Opole : The Academy of Management and Administration in Opole, 2015. P. 69-75.
2. Бондаренко С. М., Лісовський М. Ю. Конкурентні переваги – унікальні особливості сучасних підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 15. Ч. 1. С. 42-45. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jsui/handle/lib/21816> (дата звернення 11.03.2020).
3. Портер Майкл Э. Конкуренция. Москва. Вильямс. 2005. 608 с.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СПЕЦИАЛИСТА

Соколова Л.В., Петренко М.А.

*Харьковский национальный университет радиоэлектроники,
г. Харьков*

Своевременными и весьма актуальными в современном общественном сознании становятся вопросы подготовки специалистов, способных решать сложные социально-экономические задачи в условиях риска и кризисных ситуациях [1]. Эти задачи требуют исследования проблем профессиональной компетентности специалистов управленческого звена и развития их ключевых профессиональных компетенций. На смену традиционным подходам в оценке персонала субъектов хозяйствования приходит оценка профессионализма по ключевым компетенциям [2]. Особенное внимание целесообразно сосредоточить на изучении метода оценки эффективности стратегических ассесмент-сессий в развитии профессиональных компетенций [3]. Основными целями проведения стратегических ассесмент-сессий являются: а) разработка технологии оценки и развития должностных, профессиональных компетенций; б) выявление различий в уровне развития ключевых должностных компетенций у разных категорий специалистов; в) установление взаимосвязей между профессиональной компетентностью специалиста, его статусом, возрастом, опытом профессиональной деятельности и уровнем развития ключевых компетенций. Эффективность развития профессиональных компетенций наиболее рентабельна в условиях определенной технологии организации и проведения стратегических ассесмент-сессий. Такая технология является одним из эффективных условий развития должностных, управленческих компетенций: готовность к стратегическому управлению и рискам, долгосрочное планирование, стратегическое видение и временные перспективы деятельности. Эти компетенции выступают ключевыми в кадровом отборе по компетенциям на управленческие должности в современных бизнес-сообществах, государственных структурах и бюджетных организациях.

Литература:

1. Мировые тренды в современном образовании. URL: www.ug.ru > archive (дата обращения 14.03.2020).
2. Соколова Л. В., Колісник О. В., Соколов О. Є. Науково-методичний підхід до оцінки мотивації праці фахівців ІТ-підприємств на основі компетенцій. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. Збірник наукових праць. Вип. 4 (51). 2018. С. 266-272.
3. Ассесмент-центр – Википедия. URL: ru.wikipedia.org > wiki > Ассесмент-центр (дата обращения 14.03.2020).
4. Эффективность стратегических ассесмент-сессий в развитии профессиональных компетенций специалиста. URL: www.dslib.net > obwaja-psixologia > jeffekti... (дата обращения 14.03.2020).

ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Соколова Л.В., Шелефонтюк В.Р.

*Харківський національний університет радіоелектроніки,
м. Харків*

Постіндустріальна епоха характеризується розвитком електронного середовища, кіберпростору та переходом до інформаційної цивілізації. У зв'язку з цим розвинуті країни світу значну увагу приділяють розвитку цифрової економіки.

У класичному розумінні поняття «цифрова економіка» означає діяльність, в якій ключовими факторами (засобами) виробництва є цифрові дані та їх використання, що дозволяє суттєво збільшити ефективність у різних видах економічної діяльності.

Через стрімке розповсюдження цифрових технологій людський капітал, а саме цифрові компетенції громадян є рушійною силою цифрової економіки. Розуміння інформаційних та комунікаційних технологій є однією з головних вимог на загальному ринку праці [2].

За оцінками науковців світова цифрова економіка досягає повноліття. Інтернет сприяв появі третьої хвилі капіталізму, що проявляється у переході від поведінки споживачів до нових бізнес-моделей на глобальному ринку. Мобільність, хмарні обчислення, бізнес-аналітика та соціальні медіа утворюють підґрунтя цього зсуву, який відбувається як в розвинених країнах, так і в країнах, що розвиваються. Інвестиційні можливості глобальних ІТ-компаній зростають більш швидкими темпами у порівнянні з ТНК, котрі орієнтовані на традиційні сектори економіки. Так, за даними [3] у 2017 році рівень доходності акцій таких компаній, як Facebook, GOOGLE, AMZN та EXPE склав 19 відсотків.

Отже, цифрова економіка, виражена в технологіях і технологічних трендах, є перспективою розвитку країн у світі. Бізнес-моделі, посилені за рахунок даних, створюють нові джерела доходу. Для роботи на глобальному цифровому ігровому полі нові конкуренти з країн, що розвиваються, не обтяжені жорсткою політикою і мисленням традиційних західних фірм, відходять від ієрархічної моделі побудови компанії до мережевої структури, яка є більш ринковою і органічною.

Література:

1. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: как создать, завоевать и удержать рынок: Пер. с англ. В. А. Гольдича и А. И. Оганесовой. М.: ООО «Издательство АСТ», 2000. 272 с.
2. Цифрова трансформація економіки в Україні. 2018. URL: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/press-room/press-release/2018/digital-transformation-of-ukrainian-economics.html#> (дата звернення 08.03.2020).
3. Головне на ринку акцій. URL: <http://www.invest-rating.ru/financial-forecasts/?id=6898> (дата звернення 09.03.2020).

ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДІВ ОЦІНКИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Соколова Л.В., Шемшура В.А.

*Харківський національний університет радіоелектроніки,
м. Харків*

Методологія оцінки інтелектуального капіталу (ІК) підприємств є досить розвиненою. Один із засновників теорії інтелектуального капіталу, шведський економіст К. Е. Свейбі, запропонував понад 25 методів оцінки [1]. Незважаючи на величезну кількість відомих підходів, вони діляться на 4 великі групи.

1. Методи ринкової капіталізації: оцінка вартості ІК як різниця між ринковою капіталізацією компанії та вартістю власного капіталу за фінансовою звітністю. Отримується фінансова оцінка, підкріплена реальними фактами купівлі-продажу акцій, але їх використання обмежено наявністю інформації про ціну акцій.

2. Методи віддачі на активи. В основі лежить порівняння прибутковості даного підприємства із середньоринковою прибутковістю аналогічного бізнесу. Є можливість масового використання за рахунок інформаційної доступності та простоти обрахунку, проте можлива істотна похибка результатів оцінки за рахунок некоректного оцінювання середньої ринкової прибутковості.

3. Методи прямого виміру. Сутність методів полягає в по елементному грошовому оцінюванні за спеціальними методиками окремих елементів ІК з подальшим агрегуванням отриманих результатів у грошову узагальнюючу оцінку. Особливістю цих методів є урахування специфіки формування та використання окремих елементів ІК, їх певна трудомісткість та недостатність розробки методичних прийомів оцінювання окремих елементів ІК.

4. Методи експертної оцінки. Оцінюють як фінансові, так і не фінансові параметри окремих елементів ІК з подальшого агрегування отриманих результатів методами рангів, балів тощо. Результатом їх застосування є інтегральне негрошове оцінювання стану формування та якості використання ІК [2].

Отже, для оцінки ІК промислових підприємств залежно від цілей оцінки можуть використовуватись як методи прямої грошової оцінки ІК капіталу в цілому, так і методики, що передбачають розрахунок ключових показників. Для забезпечення стратегічного управління розвитком підприємства найбільш інформативною є оцінка за допомогою методів експертної оцінки, які передбачають розрахунок показників, що характеризують основні елементи ІК та ефективність їх використання.

Література:

1. Свейби К.Е. Оцінка вартості нематеріальних активів та інтелектуальної власності. М. : Интерреклама, 2003. 352 с.
2. Муртазин А.С. Структура інтелектуального капіталу. URL: http://www.rusnauka.com/19_DSN_2010/Economics/69921.doc.htm (дата звернення 09.03.2020).

РЕФОРМУВАННЯ ЗАЛІЗНИЦІ: НІМЕЦЬКИЙ ДОСВІД

Стасюк К.З.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Українська залізниця перебуває у стані реформування вже більше 5-ти років. Після аналізу світового досвіду організації залізничних перевезень, АТ «Укрзалізниця» взяла курс на лібералізацію. За цей період змінювались стратегії, методи, моделі реформування та управлінці, які брали активну участь у реформуванні.

У січні 2020 року підписано меморандум про взаєморозуміння між АТ «Укрзалізниця» та німецьким державним залізничним оператором Deutsche Bahn [1]. Таке партнерство передбачає насамперед стратегічну співпрацю, консультації та підтримку у реформуванні на наступні 10 років. Питання, як саме вплине ця співпраця на АТ «Укрзалізницю» є актуальним. Отже, ким себе являє новий партнер, на який залізниця України покладає великі надії?

Галузь залізничних перевезень Німеччини це - одна державна компанія і сотні приватних, саме така вільна конкуренція забезпечує успішний розвиток галузі. Лібералізація на німецькому ринку залізничних перевезень тривала близько 10 років та передбачала розділення інфраструктури та перевізних послуг, відкриття доступу до інфраструктури для приватних операторів з оплатою тарифу за доступ, фінансова урядова участь в інвестиціях в інфраструктуру тощо. Акціонерне товариство Deutsche Bahn (DB) — німецький державний оператор. Обслуговує 34 тис км залізничних шляхів та більше 30 тис потягів щодня та є одним з найбільших операторів у світі [1]. DB також успішно працює у 150 державах світу та займається пасажирськими, вантажними перевезеннями, логістикою, консалтинговими послугами. За підсумками 2018 року компанія задекларувала понад 2 млрд євро прибутку. Основні стратегічні плани DB до 2018 року: повністю перейти на зелену електроенергію, збільшити обсяг вантажних перевезень на 70%, створити понад 100 тис нових робочих місць та інші. Результати діяльності залізниці підтверджують правильність та ефективність здійсненої лібералізації.

Основні переваги співпраці:

- перехід до європейської моделі ринку залізничних перевезень;
- поширення світового досвіду лібералізації;
- практична реалізація нового закону про залізницю;
- допомога DB в імплементації директив ЄС;
- підвищення ефективності управління залізницею;
- інтеграція у світові транспортні системи;
- збільшення транзитних перевезень;
- покращення інвестиційної привабливості.

Отже, від співпраці DB та Укрзалізниці очікується ряд позитивних результатів в стратегічній перспективі.

Література:

1. Укрзалізниця по-німецьки: як виглядає Deutsche Bahn і чому нам варто повчитися. URL:<https://rubryka.com/article/deutsche-bahn-ukrzeliznica/> (дата звернення 20.02.2020)

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ

Стрельнікова Ю.С., Янченко Н.В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків*

В роботі досліджується яким чином інформаційні технології впливають на сучасну економіку та процеси, що в ній відбуваються. Актуальна тенденція глобалізації, що спрямована на об'єднання соціальних, економічних та культурних норм сприяє зменшенню виразності національного характеру, що нещодавно був невід'ємним в різних країнах. При цьому, за словами М. Кастельс: «Глобальна економіка ... це економіка, що є спроможною працювати як ціла система в режимі реального часу в масштабі всієї планети» [1].

Початок глобалізації стався на межі 19-20-го століть, бо почався активний розвиток інформаційних технологій. Комп'ютери впроваджувалися в різні сфери діяльності людини. Розвиток науки у другій половині 20-го століття дав поштовх до створення нової економічної моделі – «інформаційної».

Інформаційні технології являють собою методи та способи збору, зберігання, обробки та розповсюдження інформації в географічному просторі. За даними світової суспільної організації Internet Society (ISOC) на 2014 рік кількість інтернет-користувачів перевищила 3 млрд. людей. Тенденція збільшення становить 12% кожний рік [2].

Інформаційні технології спрямовані на автоматизацію традиційних економічних процесів. Активне використання електронних технологій сприяє розподіленню та споживанню суспільних благ, виробництва в доступній формі.

Ключовою відмінністю від традиційних методів господарювання загальноприйнятої економіки, де інструментарієм виступає менеджмент та ринкова модель ведення бізнесу, є новий інструментарій, що представлений меседжментом, інноваційним підприємництвом, інформаційним інжинірингом та автоматизацією економічних процесів.

Таким чином, інформаційні технології мають прямий вплив на формування економічної моделі та стратегії. Оптимізація процесів гарантує розвиток.

Література:

1. Родіонова И.А. Мировая экономика. Индустриальный сектор. Москва: Издательство Российской университет дружбы народов – 2010 – 608с.
2. Цветкова Д.К. Влияние информационных технологий на экономику // Научное сообщество студентов: Междисциплинарные исследования: сб. ст. по мат. XXXI міжнар. студ. науч.-практ. конф. № 20(31). URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/20\(31\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/20(31).pdf) (дата звернення: 13.03.2020)

МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС

Струмскас О.В., Янченко Н.В.

*Національний харківський університет будівництва та архітектури,
м. Харків*

У статті розглядаються питання міжнародного бізнесу, як економічних відносин з іншими країнами. Це система має свою специфіку: характерні риси, що вноситься національними, культурними особливостями різних держав.

Міжнародний бізнес передбачає на увазі здійснення ділових операцій партнерами з більш ніж однієї країни. Як приклад можна привести такі операції, як закупівля сировини і матеріалів в одній країні і їх перевезення на територію іншої країни для подальшої обробки або зборки; транспортування готової продукції з однієї країни в іншу з метою продажу в системі роздрібною торгівлі; спорудження заводів в зарубіжних країнах з метою отримання доходів на базі використання більш дешевої робочої сили; отримання кредиту в банку однієї країни для фінансування операцій в іншій країні. Сторони, які беруть участь в таких угодах, можуть бути представлені фізичними особами, окремими компаніями, групами компаній і / або державними організаціями.

Якщо говорити коротко, внутрішнє підприємництво зводиться до виконання ділових операцій, які не виходять за межі однієї держави, в той час як міжнародні ділові операції перетинають ці межі.

Міжнародний бізнес може відрізнитися від внутрішнього по ряду інших ознак, серед яких можна перерахувати наступні:

- в різних країнах, залучених до міжнародного бізнесу, можуть використовуватися різні валюти, що призводить до необхідності конвертації валюти щонайменше однієї зі сторін;

- існує ймовірність наявності розбіжностей між правовими системами різних країн, що змушує одну сторону або більше вносити корективи в свої дії, щоб привести їх у відповідність з місцевим законодавством. У деяких випадках законодавчі норми різних країн можуть виявитися несумісними, що є найбільш важкою проблемою для міжнародних менеджерів;

- між культурами різних країн також існують відмінності, які змушують кожну зі сторін формувати стратегію своєї поведінки таким чином, щоб привести її у відповідність з очікуваннями іншої сторони;

- для кожної країни характерний певний склад і обсяг доступних ресурсів. Одна країна може мати в своєму розпорядженні великі запаси природних ресурсів, але не мати кваліфікованої робочої сили, тоді як інша країна володіє продуктивною, висококваліфікованою робочою силою і в той же час відчуває нестачу природних ресурсів. Так способи виробництва продукції та її типи продуктів можуть відрізнитися в залежності від конкретних умов тієї чи іншої країни.

Таким чином, можна зробити висновок, що міжнародний бізнес важливий для кожної країни, як значна частина економіки і міжнародних відносин.

Список літератури

Література:

1. Н.С. Венгерська. Основи міжнародного бізнесу. Запоріжжя, 2019. 171 с.

СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА

Ступак А. І.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В роботі розглянуті питання успішної реалізації стратегії розвитку підприємства, яка передбачає здійснення не лише результативної, а й ефективної господарської діяльності.

Для того, щоб бути успішною впродовж тривалого часу, щоб вижити і досягти своїх цілей, діяльність підприємства має бути як результативною, так і ефективною.

Передумовами виникнення потреби в ефективному, раціональному веденні господарської діяльності підприємства є проблема обмеженості ресурсів, з одного боку, і постійне прагнення до зростання результатів його діяльності - з іншого.

Рівень економічної ефективності дає уявлення про те, ціною яких витрат досягнутий економічний ефект.

Економічна ефективність діяльності підприємства - це віддача у формі доходів різних ресурсів підприємства, яка визначається відношенням доходів до витрат ресурсів.

Розрізняють два види економічної ефективності підприємств: спосіб розподілу наявних ресурсів і спосіб використання ресурсів в кожній конкретній економічній діяльності.

Таким чином, економічну ефективність виробництва характеризує ставлення економічного ефекту до витрат, який зумовив цей ефект.

Література:

1. Васильков В.Т. Організація виробництва: Навчальний посібник. - К.: КНЕУ, 2003.
2. Гаврилук Л.І. Економка підприємства: Навч. посібник для самостійного вивчення дисципліни. - Житомир: ЖГП, 2000.
3. Гарфинкель В.Я. и др. Экономика предприятия. Учебник для вузов. - М.: ЮНИТИ, 2000.
4. Экономика предприятия: Учебник / Под ред. С.Ф. Подкroppивного. - К.: КНЕУ, 2003.
5. Кулішов В.В. Экономика підприємства: теорія і практика: Навчальний посібник. - К.: Нша-Центр, 2002.

БІОЕКОНОМІКА - ЯК ГАЛУЗЬ НЕОРТОДОКСАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Суворова В. І.

*Харківський національний університет будівництва і архітектури,
м. Харків*

У своєму становленні і розвитку економіка як наука пройшла безліч стадій. Її розвиток і трансформація відбуваються досі. Однією з галузей наукового економічного знання виступає неортодоксальна економіка - це всілякий спектр альтернативних економічних поглядів та ідей, які отримали визнання в суспільстві, а також теорій, навчань і практик.

Вивчення і розвиток біоекономіки є актуальним питанням вже в наш час. Одним з ключових чинників розвитку біоекономіки є можливість досягнення сталого розвитку, яке забезпечує можливість задоволення потреб як сучасних, так і майбутніх поколінь. Очікується, що вже до 2030 року чисельність населення зросте до 8,3 млрд чоловік в порівнянні з 6,5 млрд в 2005 р.

Концепція біоекономіки стала активно формуватися в світі в середині 2000-х рр., Коли Організація економічного співробітництва і розвитку і Європейська комісія почали розробляти програми по просуванню біоекономіки в різних країнах, що мають на меті реалізацію потенціалу біологічних матеріалів і природних ресурсів на основі біотехнологій для науково-технічного прогресу і соціально-економічного розвитку. В даний час згідно з оцінками експертів, ринок біоекономіки, наприклад, в Європі перевищує 2 трлн євро і забезпечує 22 млн робочих місць, що складають близько 9% робочого ринку Євросоюзу, в таких секторах економіки, як сільське господарство, лісова, харчова і хімічна промисловість, а також у виробництві екологічно чистої енергії.

В даний час існують різні інтерпретації поняття «біоекономіка». Найбільш популярним є визначення, яке було дано ОЕСР в 2009 р., де біоекономіка розглядається як «світ, в якому біотехнології є джерелом значної частки економічного виробництва». З точки зору ОЕСР біоекономіка базується на трьох «стовпах»:

- використанні знань генних і клітинних процесів для проектування і розробки нових продуктів;
- застосуванні відновлюваних біологічних джерел і ефективних біопроцесів для стимулювання «стійкого» виробництва;
- інтеграції знань в області біотехнологій і їх застосуванні в різних секторах.

Розвиток біоекономіки стає все більш важливим завданням для багатьох держав. Як уже згадувалося раніше, на міжнародному рівні курс на біоекономіку був узятий ОЕСР в середині 2000-х рр., І передбачається, що біоекономіка буде здатна генерувати 2,7% ВВП 2030 р. Поступово інші міжнародні організації, такі як ЮНЕП, ЮНІДО, світовий банк, стали сприяти поширенню ідей біоекономіки і «зеленої» економіки. Багато розвинених і країн, що розвиваються, стали розробляти свої власні стратегії в даному напрямку.

МІСЦЕ ДЕРЖАВИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВІСТЮ

Сударкіна С.П., Ларка М.І.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

В сучасних складних економічних умовах задача виживання держави напряму пов'язана з підйомом господарства і промисловості, в тому числі. Суттєвим, якщо не вирішальним, є питання ролі держави та її інституцій в вирішенні цієї серйозної задачі. Тут треба говорити про декілька аспектів, а саме: функції держави, як управлінської структури та власника фондів; необхідність та межі регулювання господарчих процесів з боку державних структур; взаємодія між органами державного управління та господарюючими суб'єктами (бізнесом). Принципово держава, як міцний власник фондів, а також – офіційний представник народу у владі, має свої специфічні функції, які в класичному виразі включають: законодавчу; стабілізуючу; розподільчу. Наповнення цих функцій може змінюватися в залежності від конкретної ситуації, але саме держава через свої регуляторні органи повинна регулювати ці процеси, виходячи з інтересів більшості громадян і держави в цілому. Основна проблема – рівень та сила втручання держави в виробництво, а також – взаємодія між державними органами управління та самим бізнесом. З одного боку, держава повинна захищати виробника, створюючи найбільш прийнятні умови для його діяльності, а з другого, через систему податків та зборів їй треба виконати свої прямі обов'язки – соціальний захист населення.

В сучасних умовах можна говорити про такі напрями вирішення задачі.

По-перше, необхідним є стратегічний план (хоча б на 3-5 років) розвитку промисловості. По-друге, згідно зі стратегічним планом визначити та змінити, якщо в цьому буде потреба, спеціалізацію окремих виробництв, орієнтуючись на сучасні потреби внутрішнього та зовнішнього ринків. Причому на початку треба орієнтуватись на внутрішній ринок, тому що він має величезний потенціал і доступні вхідні бар'єри. По-третє, необхідні зміни в податковому законодавстві, які б стимулювали розвиток внутрішнього виробника, орієнтованого як на випуск кінцевої готової продукції, так і на участь підприємств в міжнародній кооперації. Четверта умова – суттєвий підйом науки та технологій в рамках України, тому що сучасна промисловість базується на нових технологіях, які можна не тільки закуповувати ззовні, а й розробляти та впроваджувати у вітчизняних наукових закладах та університетах. Цей напрям неможливо реалізувати без фінансової, матеріальної та організаційної підтримки з боку держави. П'ята умова – це наявність формального, юридичного захисту виробника від зовнішніх та внутрішніх загроз завдяки модернізації судової системи. Такий підхід в цілому створить сприятливий інвестиційний клімат в державі.

Таким чином, треба створити жорстку комбіновану систему управління, в якій поєднується право держави встановлювати та контролювати закони та норми, в той же час забезпечуючи комфортні умови для функціонування виробництв як вітчизняних, так і зарубіжних або змішаних.

ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ

Тверезовська О.І., Гриценко Л.Л.
Сумський державний університет, м. Суми

Механізм реалізації концепції державно-приватного партнерства (далі – ДПП) тільки починає формуватися в Україні та є недостатньо розвиненим, у той час як в європейських країнах ДПП є вже досить популярним інструментом економічного та соціального розвитку в процесі ефективної взаємодії державного і приватного секторів. Дослідження впливу різноманітних чинників на розвиток ДПП в Україні, що базувалося на PEST-аналізі, SWOT-аналізі та аналізі показників у глобальних рейтингах, дозволило визначити ступінь і характер їх впливу на розвиток ДПП.

Результати оцінювання дозволяють стверджувати, що в Україні найбільший вплив припадає на чинники економічного та політично-правового характеру. Незважаючи на потребу держави в залученні приватного партнера до взаємодії та необхідності суспільства у розвитку такої форми співпраці, тяжкий економічний стан країни все ще залишається суттєвою перешкодою розвитку ДПП в Україні.

У цілому, Україна має високий потенціал для реалізації проектів ДПП, проте стримуючими факторами є ще й відсутність єдиної державної політики у сфері ДПП, недостатня гнучкість для учасників проектів при ухваленні ключових рішень. Бар'єром для впровадження ДПП є також недовіра приватного сектора до інфраструктурних проектів, в яких партнером виступає держава. Адже попередній досвід характеризує державний сектор як непередбачуваного та нестабільного «гравця» з невисокими гарантіями виконання покладених на нього зобов'язань. Ще однією із проблем розвитку ДПП в Україні є відсутність прозорого механізму в сфері оподаткування, особливо пільгового оподаткування або часткового звільнення від оподаткування. Крім того, до вищезазначених проблем можна додати й відсутність потенційно можливих інвесторів, які б змогли здійснити фінансування крупномасштабних інвестиційних проектів, та відсутність політики держави, спрямованої на їх стимулювання до такої участі.

У подальшому досягненню мети ефективного розвитку системи ДПП будуть сприяти розробка аспектів ретельного планування проектів, створення умов для стрімкого залучення інвесторів та їх капіталу в економіку країни, забезпечення державою максимального розподілу ризиків та її зацікавленість вирішувати проблеми у даній сфері [1].

Отже, розвиток ДПП в Україні буде прискорений за умови створення сприятливого інвестиційного клімату, інституціональних і організаційних елементів формування ДПП, що являє собою переосмислення взаємовідносин держави та приватного сектора з метою розробки нових механізмів та інструментів управління інвестиційними процесами в національній економіці.

Література:

1. Klijn E.-H. Institutional and strategic barriers to public-private partnership: An analysis of Dutch cases / E.-H. Klijn, G. Teisman // *Public Money & Management*. – 2003. – № 3. – P. 137–145.

ПЕРЕВАГИ ОСНОВНИХ СИСТЕМ ОПЛАТИ ПРАЦІ

Тертишний Н.Ю.

*Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського, м. Кременчук*

Аналізуючи існуючі системи оплати праці, що діють в Україні та світі, доцільно виділити три базових типи: тарифні системи, системи кафетерію, пакетні системи. Переважна кількість крупних компаній в Україні та у світі використовує системи тарифного заохочення, які є інструментом для визначення базової заробітної плати, розмір якої визначається різними методами, переважно на основі оцінки роботи.

Суть системи оплати праці в кафетерії полягає в тому, що працівник може вибрати форму, відповідно до якої він одержує частину своєї винагороди. У цій системі винагорода працівника складається з двох частин: перша (~80% винагороди працівника) включає в себе ті компоненти винагороди, які встановлюються компанією заздалегідь, і працівник не може змінити їх на інші. Друга (~20% від загальної винагороди працівника) – це грошова сума, згідно з якою підприємство пропонує працівникові перелік пільг. Правило полягає в тому, що працівник не одержує їх готівкою, але повинен обрати з запропонованого переліку (як в меню ресторану: оплата за навчання дітей в школі, дитячому садочку, обіди, канікули, оренду житла, фіксовані медичні витрати, вартість пального для автомобіля, відвідування фітнес-центрів і т.п.) ті пільги, які йому найбільш необхідні. До переваг такої системи відносять реальну економію для працівника та роботодавця. Ці переваги дають можливість досягнути ефекту масштабу (зниження цін) при отриманні пільг для більшої кількості працівників, дозволяють більш тісно та довгостроково пов'язувати компанію і працівника, для якого зміна робочого місця, зменшує рівень життя.

Поняття “пакетної (блочної) системи” передбачає систему винагородження, в якій відносно фіксовані набори (пакети) компонентів винагороди встановлюються для окремих працівників чи груп працівників. Блочна система винагороди працівника передбачає фінансові та нефінансові елементи. Всі складові винагороди, що включені в пакет, та інші пільги, отримані від роботи в компанії, складають так звану повну винагороду. Компанія включає в загальну винагороду не тільки фактичний прибуток, та матеріальні вигоди, що одержані від роботи, а також і заощадження, які працівник одержує у вигляді податків та соціального забезпечення. Переваги пакетних систем винагороди для роботодавців: більш низькі витрати на заохочення, економія від масштабу, індивідуалізація винагород. Переваги для працівника включають найкращу адаптацію структури оплати праці відповідно до індивідуальних потреб працівника, можливість одержання більш високої винагороди.

ВПЛИВ ІНДУСТРІЇ 4.0 НА РОЗВИТОК МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ

Тимохова Г.Б.

*Харківський гуманітарний університет
«Народна Українська академія», м. Харків*

Питання впливу можливостей новітніх технологій, яких використовує четверта промислова революція є актуальним та дискусійним. Під впливом цифрових технологій відбуваються кардинальні зміни в ланцюжках створення вартості, галузях і бізнес-моделях, і як наслідок, формах зайнятості, механізмах захисту та комерціалізації результатів інтелектуальної діяльності. Найчастіше експерти виділяють наступні перспективні технології: інтернет речей; аналіз великих даних; моделювання; системна інтеграція; хмарні обчислення і зберігання інформації; робототехніка; кібербезпека; 3-D друк; доповнена реальність.

Перехід на інтелектуальне виробництво впливає на те, як робота може і буде проводитися в майбутньому, а також на її інклюзивний або, скоріше, ексклюзивний, винятковий характер для ряду працівників. Ключовим фактором зміни виробництв є бажання підвищити ефективність і результативність діяльності підприємства, що продемонстровано за допомогою взаємозв'язку «застосування технології – ефект на виробництві - вплив на фінансові результати». В дослідженні Глобального інституту McKinsey відзначається значний очікуваний розрив між компаніями, що освоїли і впровадили технології штучного інтелекту протягом перших 5-7 років, і іншими організаціями. Згідно з даними цього дослідження, «піонери» освоєння технологій штучного інтелекту можуть розраховувати на сукупний приріст грошового потоку в розмірі 122%, тоді як «послідовникам» доведеться задовольнятися набагато меншим ефектом - на рівні 10% [1].

Під впливом зазначених змін, бізнес-моделі не просто змінюються, а й із часом себе вичерпують. Для діючої компанії зміна бізнес-моделі – це ризик клієнтського портфеля: втрата клієнтів, погіршення клієнтських відносин. Тому підприємство застосовує метод прийняття ризику, який полягає в тому, що підприємство не здійснює жодних дій, щоб запобігти можливим збиткам, а бере весь ризик на себе. Його використання часто супроводжується локалізацією ризику: підприємство створює дочірню компанію, покладає на неї реалізацію ризикового завдання, максимально її підтримує, при цьому відповідальність обмежується лише майном дочірньої компанії. Така схема при управлінні інтелектуальним капіталом більш розповсюджена та часто реалізується шляхом створення венчурних підприємств, які спеціалізуються на створенні та впровадженні інновацій.

Література:

1. Productivity, Competitiveness and Growth. - Електронний ресурс] – URL: <https://www.mckinsey.com/mgi/our-research/productivity-competitiveness-and-growth> (дата звернення 15.03.2020).

ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВОЛИНСЬКОГО РЕГІОНУ

Тищук І.В., Поліщук Л.М.

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

За даними Світового економічного форуму, Україна наразі використовує менш ніж третину від наявного туристичного та рекреаційного потенціалу.

Волинська область є однією з найбільш привабливих у туристично-рекреаційному плані територій України яка має унікальні умови для просування на ринок туристичного продукту. Волинь є одним із найбільш заліснених регіонів України. Загальна площа земель лісового фонду області становить 697,7 тис. га, в тому числі земель, вкритих лісовою рослинністю, – 646,4 тис. га. Це становить третину території області і 6 відсотків площі лісів України. Найбільш залісненими є Маневицький, Камінь-Каширський, Шацький райони, де площа лісів займає 58–48 % території.

На території регіону під охороною держави перебуває 1534 об'єкти культурної спадщини, налічується 20 історичних населених місць, діють два історико-культурні заповідники. *Область багата на озера. серед західних областей України вона має їх найбільше.* Загальна їх кількість становить – 267, в тому числі: в басейні річки Прип'ять – 198, а в басейні річки Західний Буг - 69. У басейні р. Прип'ять протікає 111 річок загальною протяжністю 2812,7 км. найбільші з них - Прип'ять, Стир, Стохід, Турія. також, на території регіону знаходиться, 231 рекреаційна зона та три Національні природні парки (Цуманська пуца, Припять-Стохід, Шацький), достатньо розвинена мережа туристично-рекреаційних закладів.

Ключовими факторами, які сприяють активному розвитку туризму в регіоні, постають:

- активізація попиту на туристичні послуги з боку вітчизняних та зарубіжних споживачів;
- унікальні природно-рекреаційні ресурси регіону;
- багатогранна історико-культурна та етнографічна спадщина регіону;
- колоритне різноманіття традицій, національних цінностей, народних звичаїв та промислів різних етногруп сільського населення регіону;
- проведення великої кількості фестивалів та інших розважальних подій у Луцьку та на території області;
- вигідне географічне розташування;
- екологічна чистота сільських територій, відсутність екологічно небезпечних та шкідливих для навколишнього середовища і здоров'я людей виробництв;
- наявність потужного житлового фонду у сільській місцевості;
- значні можливості надання спеціалізованих туристичних послуг у сфері рибальства, полювання, проведення екскурсій тощо [1].

Література:

1. Тищук І. В. Оцінка основних тенденцій розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Науковий журнал «Економічний форум». Луцьк: РВВ Луцький НТУ, 2018. № 4. С. 79–86.

СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ БЕНЧМАРКИНГА

Ткачева Н.П., Перерва П.Г., Чернышова Д.В.

Национальный технический университет

«Харьковский политехнический институт», г. Харьков

Конечным продуктом процесса проведения бенчмаркинга является стремление предприятия достичь эффекта синергии, под которым предлагается понимать интегрированный показатель эффектов, которые воспроизводят изменения на рынке данного предприятия по отношению к потребителям, конкурентов, собственного предприятия, то есть кумулятивный положительный эффект, поднимает суммарные результаты различных видов бизнеса и различных направлений деятельности предприятия по сравнению с уровнем эффективности каждого из них, взятого в отдельности. Ряд исследователей считают, что синергия отражает объединение качественно отличных типов поведения экономической системы за счет нелинейных динамических взаимосвязей между элементами самой системы и ее средой. Следствием влияния таких связей является возникновение специфических режимов эволюции составляющих системы, что позволяет достичь результатов в ее деятельности, невозможных при отсутствии таких взаимосвязей.

Удачное сочетание и применение конкурентных преимуществ отдельных товаропроизводителей позволяет значительно увеличивать объемы продаж, что свидетельствует о получении синергетического эффекта, когда одновременное применение прогрессивного опыта различных предприятий позволяет получить больший экономический эффект, чем отдельного их использования.

Синергетический эффект, как нам представляется, является наиболее важным в концепции бенчмаркинга, что предлагается, и аналитически воспроизводится системой расчетов экономической эффективности разработки и практического использования конкурентно-синергетического бенчмаркинга. Этот тезис пока в имеющейся экономической литературе разработан в меньшей степени и, на наш взгляд, остро нуждается более широкого рассмотрения, анализа и совершенствования. Проанализировав различные утверждения, мы пришли к выводу, что синергия - это суммарный положительный результат, который получают субъекты рыночных отношений за счет достижения разного рода эффектов, полученных за счет различного рода действий предприятия, позволяющий поучить больший совместный эффект.

Литература:

1. Pererva P.G., Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
2. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: [tutorial] // ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. – 689 p.
3. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592 с.
4. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., ПЕРЕРВА П.Г., КОБЕЛЕВА Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління // Вісник НТУ «ХПІ». – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152.
5. Перерва П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 3. Управление ассортиментом продукции.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
6. Ткачова Н.П., Перерва П. Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // Економіка розвитку. – 2011. – № 4 (60). – С. 116-120.

ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Ткачов М.М., Погорєлов М.І., Івченко М.О.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

В будь-якій індустріально розвинутій країні автомобільна промисловість являється провідною галуззю, стан та розвиток якої суттєво впливає на вирішення економічних, соціальних, екологічних і науково-технічних проблем. Сучасна історія дає приклад десятків країн, що досягли процвітання за рахунок ставки на розвиток цієї галузі: Німеччина, Японія, США та ін. Від виробництва автомобілів безпосередньо залежить економіка Франції, Італії, Великобританії, Південної Кореї, Китаю тощо. Отже, автомобілебудування в промислово розвинених країнах суттєво впливає на економічний і соціальний розвиток суспільства, дає могутній імпульс розвитку інших галузей, забезпечує стійке зростання зайнятості населення, підвищує товарообіг і т.п. Об'єктивний аналіз зовнішніх чинників, що впливають на автомобільну промисловість, а також теоретичних основ державного регулювання економіки необхідний для ухвалення адекватних рішень щодо розвитку галузі автомобілебудування. Виходячи з цієї позиції, соціально-економічний аспект розвитку автомобілебудування стає основним мірилом ефективності державної політики у галузі автомобілебудування. Сучасне автомобілебудування по праву вважається барометром стану промисловості тієї чи іншої країни. Її роль в економіці надзвичайно велика, так в США, наприклад, в сфері виробництва автомобілів, враховуючи підприємства суміжних галузей, що поставляють сировину, матеріали і комплектуючі вироби, технічне обслуговування і ремонт, торгівлю, автодорожнє господарство, діючий автотранспорт, працює кожний шостий із працюючих в промисловості. В Японії на долю цієї галузі припадає близько 12% загального об'єму виробництва обробної промисловості.

Згідно даних проведеного нами дослідження слід відмітити, що продажі на внутрішньому ринку збільшуються швидше, ніж внутрішнє виробництво. З цього можна зробити висновок про наявність потенціалу для подальшого збільшення обсягів виробництва власної продукції з точки зору наявності споживчої аудиторії. В Україні існує відкладений попит на автомобілі. Від діяльності вітчизняних автовиробників, політики держави та стану економіки в цілому залежить, яким чином він буде задоволений у подальшому.

Література:

1. Ткачова Н.П., Перерва П. Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // Економіка розвитку. – 2011. – № 4 (60). – С. 116-120.
2. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
3. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: [tutorial] // ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. – 689 p.
4. Перерва П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 3. Управление ассортиментом продукции.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
5. Товажнянський В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління // Вісник НТУ «ХПІ». – Харків : НТУ"ХПІ", 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Томалья Т.С., Гейдаров Н.І.

Хмельницький національний університет, м. Хмельницький

В роботі розглянуто значення інформаційних технологій індустрії гостинності.

Індустрія гостинності – це особлива самостійна галузь економіки, що складається з групи галузей і підприємств, функції яких полягають у задоволенні різноманітного попиту на різні види відпочинку і розваг. Індустрія гостинності складається з готелів та організацій, які випускають товари і надають послуги, що тісно пов'язані з готельним бізнесом. Індустрія гостинності також надає послуги, які мають попит у туристів [1].

Вплив інформаційних технологій на управління організаціями величезний, оскільки прямо пов'язаний з підвищенням ефективності роботи як кожного менеджера окремо, так і індустрії гостинності в цілому. Вони прямо впливають на конкурентоздатність на сьогоднішньому ринку. Використання комп'ютерних мереж, Інтернету та Інтернет-технологій, програмних продуктів наскрізної автоматизації всіх бізнес-процесів готелю сьогодні не просто питання лідерства і створення конкурентних переваг, але і виживання на ринку в найближчому майбутньому [2].

Інформаційні технології (ІТ) індустрії гостинності з'явилися у світовій індустрії давно – біля двадцяти п'яти років тому, і пройшли великий шлях розвитку. На українському ринку ІТ індустрії гостинності присутні відносно недавно. Експерименти з упровадження даних систем в готелях України стали проводитися з середини 90-х років.

Найбільш поширеним універсальним продуктом є комплекс найбільшої в світі компанії "Micros - Fidelio", що спеціалізується на створенні систем управління для готелів і ресторанів впродовж 20 років. Така система встановлена на підприємствах більше 100 найбільших готельних ланцюгів (Sheraton, Hilton, Marriott, Kempinsky, Hyatt і ін.). Одним з напрямів комп'ютерних систем, що найдинамічніше розвиваються, для індустрії гостинності - бронювання за допомогою комп'ютерних технологій, створення якого дозволило зв'язати всю індустрію гостинності в єдине ціле.

Отже, на сьогоднішній день на підприємствах гостинності використовують декілька програм: Fidelio, системи "золотої четвірки" GDS, SAHARA, Lodging Touch, Horse 21, характерні і для світових готелів, а також Hotel - 2000, Синімекс - Готель, Інінг - Готель, Едельвейс.

Література:

1. Гейдарова О.В. Інформаційно-комунікативні технології в індустрії гостинності// Матеріали Міжнародної наукової конференції «Пріоритети розвитку підприємств у XXI столітті». – Кропивницький. - 22 листопада 2018 р. – С. 22-25
2. Гейдарова О.В. Інформаційні технології у моделюванні процесів прийняття рішень на підприємстві/ О.В.Гейдарова, В.П. Паюк// Вісник ХНУ. – Хмельницький: ХНУ, 2018. – С.228-230

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ СУЧАСНОГО ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Федоренко І.А., Мордовцев О.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

У роботі розглянуті проблеми формування механізму управління грошовими потоками промислового підприємства – «одного із найважливіших сегментів фінансової роботи промислового підприємства, від ефективності організації якого залежать як поточні результати діяльності, так й майбутні темпи розвитку господарюючого суб'єкта» [1, с. 392].

Механізм управління грошовими потоками промислового підприємства повинен ґрунтуватися на принципах (системності, комплексності, адаптивності, динамічності, безперервності, наукової обґрунтованості, оптимальності, інформативності, ефективності, максимізації прибутку, забезпечення оптимального рівня витрат, збалансованості); функціях (аналіз, планування, прогнозування, координація, організація, контроль), відповідному методичному інструментарію та необхідному ресурсному забезпеченні виробничих процесів.

Головна мета розробки механізму – забезпечення ефективного та збалансованого руху грошових потоків, досягнення фінансової стійкості і ліквідності промислового підприємства. Мета визначила основні завдання формування та реалізації механізму управління грошовими потоками промислового підприємства: розробка методів аналізу руху грошових потоків; розробка моделі прогнозування руху грошових потоків; розробка методів забезпечення збалансованості та синхронності грошових потоків промислового підприємства; розробка методу оцінки ефективності грошових потоків.

На основі результатів аналізу та прогнозу розробляються програмні заходи:

1. Організація ефективного бухгалтерського обліку грошових коштів.
2. Оптимізація надлишкового грошового потоку промислового підприємства.
3. Забезпечення збалансованості грошових потоків.
4. Забезпечення синхронності грошових потоків.
5. Підвищення чистого грошового потоку.
5. Бюджетне планування грошових потоків промислового підприємства.

Таким чином, можна зробити висновок, що в процесі реалізації наведених планових заходів необхідне здійснення постійного контролю, що дозволяє, з використанням системи зворотного зв'язку, своєчасно реагувати на критичні відхилення основних та допоміжних показників, що характеризують рух грошового потоку. Наявність зворотного зв'язку підвищує адаптивність системи управління і дозволяє коригувати план заходів при зміні факторів впливу.

Література:

1. Білик М.Д. Грошові потоки підприємств у мікро- та макроекономічному аспекті // Фінанси України. 2013. № 6. С.133–147.

ЗНАЧЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ У ФІНАНСОВОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Федотенко А. В., Лободзинська Т. П.

*Національний технічний університет «Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського», м. Київ*

Головним джерелом інформаційного забезпечення системи фінансового менеджменту та фінансового планування вважається облікова система. Це обумовлюється значною часткою облікової інформації (70%) у всій масі інформаційного потоку, яка використовується для здійснення фінансового аналізу, а також, важливістю отриманої у результаті інформації для задоволення інформаційних потреб вищих управлінських ланок.

Основним призначенням інформаційного забезпечення фінансового менеджменту є допомога при проходженні етапів аналізу та планування фінансово-господарської діяльності підприємства, формування необхідної ресурсної бази та підготовки ефективних управлінських рішень за всіма аспектами діяльності підприємства. Більшістю дослідників проблем фінансового менеджменту бухгалтерський облік сприймається саме як надійне джерело отримання інформації, адже, для забезпечення корисності інформації, він має відповідати наступним якісним вимогам: зрозумілість та адекватність тлумачення, достовірність, зіставність, доречність та доступність[1].

Фінансова звітність підприємства надає змогу учасникам вищої управлінської ланки приймати рішення, які є основою подальшого ефективного функціонування суб'єкта господарювання, порівнювати фінансові звіти підприємства за різні періоди його діяльності; фінансові звіти інших організацій для формування загальної картини результатів діяльності підприємств у визначених напрямках та створення власної конкурентної стратегії[2].

Підсумовуючи, можна зробити висновки про важливість та значимість облікової інформації у процесі прийняття управлінських рішень на підприємствах будь-якої форми власності та виду діяльності. Пріоритетним джерелом інформаційного забезпечення фінансового менеджменту є облікова інформація. Цей пріоритет визначається тим, що бухгалтерський облік фіксує, охоплює та контролює процеси виробництва, обігу та збуту продукції, за допомогою чого формує об'ємну інформаційну картину кругообігу ресурсів. В обліку і контролі формуються інформаційні потоки зворотного зв'язку.

Література:

1. Гринчишин Я.М. багатоаспектна роль бухгалтерського обліку та звітності в антикризовому фінансовому менеджменті підприємств / Гринчишин Я.М.. – Львів, 2013. – 7 с.
2. Камінська Т. Г. Обліково-аналітичне забезпечення фінансового менеджменту в сільськогосподарських підприємствах / Т. Г. Камінська. – Київ, 2013. – 337 с.

СУЧАСНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ В КОНТЕКСТІ ПАРАДИГМИ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ HR

Фонарьова Т.А., Петренко В.О., Бушуєв К.М.

Національна металургійна академія України, м. Дніпро

Сучасний стан розвитку економіки України характеризується інформатизацією та цифровою трансформацією. Це зумовлює й нові підходи в управлінні персоналом. Персонал компанії розглядається під новим кутом зору, а саме, як людський капітал, який складає HR (*Human resources* у перекладі з англ. - людські ресурси) компанії. Ера диджиталізації зумовила виникнення так званих HR-рів (ейчарів), спеціалістів з управління персоналом в нових умовах сучасної парадигми. Стає очевидним, що основними рушійними силами диджиталізації є технології та людський капітал, саме на них будуть направлені основні інвестиції. Це означає, що динамічний та чутливий до змін ІТ-бізнес, який відкриває нові проекти, втілює інновації, шукає нестандартні рішення з одного боку ставить нові завдання, а з іншого, з'являються нові робочі HR-інструменти в управлінні людським капіталом, та, як наслідок й проблеми, основними з яких є:

- нестача Digital-маркетологів, яка пов'язана з тим, що цифрові технології стрімко змінюють ринок з відповідною трансформацією маркетингу, тому постає завдання пошуку нових каналів найму, наприклад, з використанням соціальних мереж, які дозволяють аналізувати уподобання кандидатів та надсилати їм адресні пропозиції, що знижує ймовірність помилок та економить робочий час [1];

- необхідність побудови відкритої комунікаційної політики та стратегії, які б дозволяли не тільки якісно представляти компанію як роботодавця, а й давали можливість спілкування та зворотного зв'язку задля обміну знаннями, розробки й впровадження інновацій [2];

- важливе значення набуває впровадження оцінки використання людського капіталу, яка дає підґрунтя для складання індивідуального плану розвитку, це забезпечує більш швидку адаптацію новачків, розвиток людського капіталу компанії, обґрунтовує інвестиції задля утримання цінних спеціалістів. Таким чином, кожен спеціаліст розуміє, що збільшуючи свій індивідуальний людський капітал, він робить внесок у розвиток людських ресурсів всієї компанії, це мотивує, зміцнює командний дух та підвищує відчуття залучення [3].

Література:

1 Диджитал-ера в HR и рекрутинге [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://prohr.rabota.ua/didzhital-era-v-hr-i-rekrutinge-6-novyih-vyizovov-it-sferi/>

2 Петренко В. О. Комунікаційна політика в маркетингу інновацій / В. О. Петренко, Т. А. Фонарьова // Матеріали II Всеукраїнської наукової конференції «Актуальні проблеми соціально-гуманітарних наук» (29-30 листопада 2013 р.). – Дніпро: НМетАУ . – 2013. – С.108 -110.

3 Tetiana Fonarova «System basis for studying the interaction of national and individual human capital» / T. Fonarova, V. Chernyak // Baltic Journal of Economic Studies. – Riga : Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2017. – Volume 3. – Number 4. – P. 265–271.

ПУБЛІЧНІ ЕКОЗАКУПІВЛІ ЯК СУЧАСНИЙ ТРЕНД РОЗВИТКУ РИНКУ ДЕРЖАВНИХ ЗАМОВЛЕНЬ

Халіна В.Ю., Буцький В.О., Устіловська А.С.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків*

Еко-експерти називають лише дві основні умови для поширення культури сталих закупівель в українських держустановах: бажання замовника, керуючись ст. 22 ЗУ «Про публічні закупівлі», застосовувати екологічні критерії відбору та вибору, а також наявність компетентного персоналу, здатного встановити й обґрунтувати доцільність застосування таких критеріїв. З другим, стверджують експерти, на сьогодні ще є певні проблеми. І хоч сьогодні у деяких ЗВО запроваджено спеціальну дисципліну і, навіть, освітні програми щодо підготовки магістрів в сфері закупівель, практика сталих тендерних процедур все ще досить непопулярна у державних органах.

Для того, щоб попит змінювався на користь товарів та послуг з покращеними екологічними характеристиками, важливо не тільки сприяти упровадженню енергоефективних та екологічних інновацій, технології більш чистого виробництва, а й визначити чіткі вимоги, правила та процедури для здійснення «зелених» закупівель. Надання переваги відносно придбання товарів та послуг з покращеними екологічними характеристиками дозволить сформувати ринок «зеленої» продукції, системно збільшувати його ринкову долю що, у свою чергу, сприятиме розвитку екологічних технологій, інновацій та інвестицій.

«Зелені», або сталі закупівлі в Україні – явище відносно нове. Багато хто із замовників про нього чув, але сказати напевне, в чому полягає суть підходу, можуть далеко не всі. Застосування вимог екологічних і соціальних стандартів разом із проведенням оцінки повної вартості життєвого циклу предмету закупівлі дозволяє досягти високої ефективності закупівлі. Застосовуючи «зелені» публічні закупівлі, бюджетні організації встановлюють до предмету закупівлі вимоги технічних специфікацій щодо: безпеки та функціональних характеристик; ефективності використання енергії, водних та інших ресурсів під час експлуатації (використання) у поєднанні з зниженням викидів забруднюючих речовин та парникових газів; зменшення відходів виробництва та споживання.

Провівши докладний парадигмальний аналіз сутності поняття «зелені» публічні закупівлі, автори даного дослідження зупинилися на наступній інтерпретації цієї економічної категорії, розглядаючи їх як закупівлі товарів, робіт та послуг з поліпшеними екологічними характеристиками та врахуванням повної вартості їхнього життєвого циклу для забезпечення потреб держави та територіальної громади.

Незважаючи на те, що втілення ідеї «зелених» закупівель є добровільним інструментом для використання в державній політиці і державні органи мають право обирати якою мірою їх реалізовувати, вони мають значні економічні, екологічні, соціальні переваги.

СЕМАНТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПОНЯТТЯ «ПРОЗОРИСТЬ»

Халіна В.Ю., Сироватський О.А.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м.Харків*

Аналіз публікацій свідчить, що в науковій літературі поняття «прозорості» часто ототожнюється з поняттям «відкритості». Лише поодинокі дослідники роблять спробу умовно розмежувати зміст цих понять, довести їх незбіг. Однак ґрунтовного, системного дослідження зазначених питань у науковій літературі ще немає. На сьогодні практично відсутній єдиний підхід до чіткого, концептуального визначення принципу прозорості органів влади, особливостей його функціонування в умовах перехідного суспільства, що актуалізує дослідження цієї частини загальної проблеми.

Розглядаючи прозорість як один з необхідних атрибутів управлінської діяльності будь-якої демократичної держави, важливо відзначити виняткову інноваційність цього феномену, його потужний вплив на демократизацію як самого управлінського простору, так і суспільного життя в цілому. Відразу зазначимо, що така прозорість служить надійною запорукою нейтралізації корупційних тенденцій у державному управлінні, оскільки передбачає участь добре проінформованих та обізнаних громадян у розробці та прийнятті управлінських рішень.

Ще одним терміном, який зараз часто зустрічається є транспарентність. Насамперед необхідно згадати, що термін «транспарентність» походить з англійської мови («transparency»). Дослівний переклад на українську мову терміна «transparency» означає «прозорість».

Звідси можна сформулювати наступне інтегративне визначення прозорості: прозорість – це сукупність компонентів, які формують належний рівень розуміння та обізнаності громадян щодо різних аспектів діяльності об'єктів публічного сектору, а також забезпечують права та можливості доступу до інформації, впливу на прийняття рішень та контролю діяльності посадових осіб.

Виходячи з вищесказаного можна констатувати, що якщо явище відкритості має скоріше соціально-комунікативний характер, то прозорість є складним функціональним феноменом, сприятливим для оптимізації регулятивних процесів у суспільстві. Подібного роду статус прозорості передбачає безперешкодний доступ різних суспільних груп до об'єктивної, надійної інформації, роз'яснення цієї інформації з метою її розуміння.

Але прозорість у державному управлінні не просто відкриває суспільству доступ до управлінської інформації, вона за допомогою реалізації такого роду доступу принципово видозмінює в бік соціальної орієнтованості діяльність владних структур. Щоб даний процес здійснювався з максимальною ефективністю, необхідно дотримуватися низки певних принципів, практичне втілення яких зможе каталізувати демократизацію бюрократичної системи та мінімізувати корупцію.

ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ СТВОРЕННЯ ОБ'ЄКТІВ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Хоменко І.І.

*Центр досліджень інтелектуальної власності та трансферу технологій
НАН України, м. Київ*

В нинішніх політичних умовах в Україні набуває вагомого значення питання мотивації створення об'єктів права інтелектуальної власності (ОПІВ). Кабінетом Міністрів України було прийнято постанову № 496 від 12 червня 2019 р. розроблену Мінекономрозвитку, згідно якої розміри зборів за дії, пов'язані з охороною прав на об'єкти права інтелектуальної власності в Україні підвищено в 3-9 разів. В зв'язку з цим варто розглянути думку фахівців з цього приводу. Олена Довідна (Асоціація правників України) говорить: «...в Асоціації правників України прогнозують, що українські підприємці взагалі будуть змушені відмовитися від охорони об'єктів інтелектуальної власності через суттєве підвищення зборів. Крім того, розмір збору за поширення в Україні міжнародної реєстрації торговельної марки за Мадридською процедурою становить 100 швейцарських франків за 3 класи (приблизно 2600 грн.). Натомість за подання заявки за національною процедурою слід заплатити 13800 грн. Отже, для нерезидентів збір у 5 разів менший, ніж для українських заявників». Тобто, національний підприємець може опинитися в залежності від іноземних розробників [1].

В той же час, на парламентських слуханнях: «Побудова ефективної системи охорони інтелектуальної власності в Україні», заступник голови Комітету з питань економічного розвитку Роксолана Підласа зазначила: «За даними Глобального індексу конкурентоспроможності, в 2019 році Україна займає 118 місце в світі за рівнем захисту прав інтелектуальної власності, що гірше ніж в Росії чи Молдові, а також гірше, ніж в Китаї, який відомий тим, що копіює технології», - сказала народний депутат. Вона підкреслила важливість питань інтелектуальної власності на економіку, оскільки: «В основі економічного зростання лежить підвищення продуктивності праці, якого можна досягти тільки через модернізацію та освоєння інноваційних технологій». «Нам потрібні і високі технології і в сільському господарстві, і в промисловості і, бажано, їх не імпортувати, а виробляти всередині країни», сказала Роксолана Підласа, додавши, що визначальною для цього є система інтелектуальної власності та побудова мостів між наукою та бізнесом» [2]. Враховуючи вищенаведене та згадуючи досвід минулого, як один з кроків, варто повернутися до стимулювання винахідництва та пільг в деяких сферах життя, а також підвищення престижу винахідництва. Наприклад, повернути авторську винагороду при отриманні патенту на відповідні ОПІВ, заслуженому винахіднику дати право на отримання квартири поза черги, чи з оплатою 50 % за житло; поза конкурсний прийом до вищих навчальних закладів тощо.

Література:

1. Довідна О. Патент на марнотратство / Довідна О. // Газета «Закон і Бізнес». – 28.09 – 04.10.2019. – № 38 (1440) – Електронний ресурс: https://zib.com.ua/ua/139373-ukrainski_pidpriemci_vidmovlyatimutsya_vid_ohoroni_ip_cherez.html
2. Інформаційне управління Апарату Верховної Ради України. – 16 грудня 2019 р.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Худещенко А. І., Ларка Л. С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Функціонування підприємства в умовах невизначеності та ризику передбачає його готовність до нестандартних ситуацій та наявність певного «запасу міцності». У якості такого «запасу» доцільно розглядати рівень фінансово-економічної безпеки підприємства [1]. При проведенні бізнес-планування необхідно особливу увагу звертати на стан системи фінансово-економічної безпеки підприємства [2].

Основні етапи та процедури формування системи фінансово-економічної безпеки підприємства систематизовано у вигляді табл. 1.1.

Таблиця 1.1 – Алгоритм формування системи фінансово-економічної безпеки підприємства

Етап	Процедури
1 Дослідження фінансової безпеки підприємства	1.1 Аналіз платоспроможності підприємства 1.2 Аналіз фінансової стійкості підприємства 1.3 Аналіз ділової активності підприємства
2 Проведення SPACE-аналізу впливу факторів середовища на економічну безпеку	2.1 Аналіз факторів стабільності середовища 2.2 Аналіз факторів промислового потенціалу 2.3 Аналіз факторів конкурентних переваг 2.4 Аналіз факторів фінансового потенціалу
3 Визначення стратегії забезпечення економічної безпеки підприємства	3.1 Перевірка умов виконання консервативної стратегії економічної безпеки 3.2 Перевірка умов виконання агресивної стратегії економічної безпеки 3.3 Перевірка умов виконання захисної стратегії економічної безпеки 3.4 Перевірка умов виконання конкурентної стратегії
4 Формування блоків управління складовими економічної безпеки підприємства (визначення функцій блоків, вхідних даних, змісту операцій, вихідних даних)	4.1 Формування блоку управління кадровою складовою економічної безпеки підприємства 4.2 Формування блоку управління технічною складовою економічної безпеки підприємства 4.3 Формування блоку управління правовою складовою економічної безпеки підприємства 4.4 Формування блоку управління екологічною складовою економічної безпеки підприємства 4.5 Формування блоку управління інформаційною складовою економічної безпеки підприємства 4.6 Формування блоку управління силовою складовою економічної безпеки підприємства 4.7 Формування блоку управління фінансовою складовою економічної безпеки підприємства 4.8 Формування блоку управління ринковою складовою економічної безпеки підприємства

Література:

1. Ярова Ю. О. Структура економічної безпеки підприємства в умовах кризи. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2016. № 13. С. 257–263.

2. Ларка Л. С. Бізнес-планування в системі економічного управління підприємством / Л. С. Ларка, К. П. Нелюб // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 27 (1199). – С. 3–7.

ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНОГО СТУДЕНТСЬКОГО ОБМІНУ В УКРАЇНІ

Чайка І.П., Кононенко О.А.

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава

Згідно останніх даних Державної служби статистики України в 2017 році в університетах, академіях, інститутах навчалось 49,0 тис. студентів – іноземних громадян [1, с. 55]. У “Річному звіті Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти за 2019 рік” подано такі дані: “протягом 2019 р. у нашій державі ... навчається більше 81 тисячі іноземних студентів зі 154 країн світу (2014 р. — 63172, 2015 р. — 63906, 2016 р. — 64066, 2017 р. — 66310, 2018 р. — 75605); освітню діяльність, пов'язану з іноземними громадянами, надають близько 450 ЗВО (з них 88 % державних, 12 % приватних)” [2, с. 221].

Те, що все більше іноземців прагне здобути вищу освіту в Україні є важливим не тільки з економічного погляду, а також вагомим іміджевим показником України в світі. Водночас Нацагентство відмічає “низку суттєвих проблем, які наявні в системі надання освітніх послуг іноземним громадянам, передусім пов'язаних із якістю надання освітніми установами відповідних послуг іноземцям”, чому “сприяє неналежне виконання своїх посадових обов'язків представниками ЗВО, контролюючих, інших уповноважених органів та підприємств, які надають посередницькі послуги з набору на навчання іноземних громадян”. Серед проблем, що наразі існують у зазначеній сфері, названо такі: неконтрольована реалізація запрошень для потенційних кандидатів на навчання, що свідчить про наявність угод ЗВО з недобросовісними підприємствами-посередниками; наявність заочної освіти для іноземних громадян, метою якої часто є не надання освітніх послуг, а лише отримання фінансових дивідендів звід іноземців; суттєве погіршення криміногенної ситуації в міжнародному студентському обміні: збільшення корупційних проявів з боку представників правоохоронних, контролюючих органів, адміністрацій ЗВО.

Нацагентство констатує, що сьогодні в Україні склалась ситуація, коли “представники освітніх установ, контролюючих і правоохоронних органів, за участі фірм-посередників” намагаються “отримати фінансові кошти шляхом протиправного використання міжнародного студентського обміну (продаж запрошень, незаконне отримання коштів за організацію візової підтримки, тимчасова легалізація іноземців в нашій державі, підробка документів про освіту, організація каналів нелегальної міграції, контрабанда наркотичних речовин тощо)”.

Перелічені проблеми, які накопичились сьогодні в сфері вищої освіти України, мають стимулювати національну освітню реформу, а контроль за якістю освітніх послуг та активне впровадження наукової співпраці з європейськими університетами в діяльність національних ЗВО допоможе останнім знайти своє місце в міжнародному освітньому просторі.

Література:

1. Державна служба статистики України. Україна у цифрах у 2017 році: статистичний збірник / за ред. І.Є. Вернера. Київ 2018. 241 с.

АНАЛІЗ СТРАТЕГІЧНОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПРИВАТНИХ ШКІЛ М. ХАРКОВА

Чайкова О.І., Звонко А.А.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В сучасному світі, шкільна освіта грає велику роль. Тому батьки дітей шукають той навчальний заклад, де їх діти отримають гідну освіту. Зазвичай в цих пошуках вони зупиняються на приватних школах, де їх діти отримають поглиблені знання в тій чи іншій галузі. В м.Харків, на сьогоднішній день, налічується 18 приватних шкіл, в той час як державних шкіл – близько 200. При цьому в середньому на одну приватну школу в Харкові доводиться близько 130 учнів, якими займаються приблизно по 23-24 вчителі на школу. Варто відзначити, що «охоплення» учнів учителями в приватних школах вище, ніж в державних. Так, в приватних школах на одного вчителя припадає приблизно 5-6 учнів, тоді як в звичайних середніх школах один учитель займається 20 учнями. Приватні школи викликають все більший інтерес у батьків, які стоять перед вибором в яку школу віддавати своїх дітей.

Сьогодні в приватних школах міста Харкова розкид цін за навчання досить великий. Причому, в цю суму зазвичай включають не тільки відвідування самої установи, а й ряд інших послуг. У таблиці 1 показаний результат аналізу приватних шкіл Харкова.

Таблиця 1 – Огляд приватних шкіл м. Харкова

Назва школи	Кількість школярів (на 2019/2020 н.р.)	Ціна/рік (грн/рік)	Кількість вчителів/асистентів на клас	Поглиблене вивчення предметів	Орієнтованість на випускні класи	Додаткові гуртки
Think Global	220	115 000	3	присутнє	присутнє	присутнє
Імени Бойко	340	165 000	4	присутнє	присутнє	присутнє
Старт-школа	95	130 000	3	присутнє	присутнє	відсутнє
Очаг	200	120 000	2	присутнє	відсутнє	відсутнє
Олімп	128	120 000	2	присутнє	відсутнє	присутнє
Лествица	180	100 000	2	відсутнє	відсутнє	відсутнє
Вересень	205	100 000	2	відсутнє	відсутнє	присутнє
Гармонія	140	90 000	1	відсутнє	присутнє	присутнє

У приватних школах є свої переваги (гарна якість навчання, атмосфера школи, індивідуальний підхід до кожної дитини, гарне харчування і побутові умови, добре організоване дозвілля дітей) і недоліки (комерціалізація освіти, можлива відсутність очікуваної якості навчання, висока вартість навчання, харчування). Аналіз стратегічного позиціонування шкіл допоможе підібрати підходи до управління; знайти можливості для розвитку; виправити слабкі місця; запустити правильне просування шкіл.

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ» ТА ЙОГО СКЛАДОВІ ЧАСТИНИ

Чан Сі Цо

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м Київ

Визначено сутність інноваційного потенціалу, виходячи з його генезису і ролі для інноваційного розвитку підприємств. Сформульовано загальні та специфічні характеристики даного поняття в системі соціально-економічних відносин.

У процесі формування інноваційного потенціалу підприємств виникають складні економічні відносини, що вимагають відповідного теоретичного аналізу трендів інноваційного розвитку, а також розкриття і усунення розбіжностей, що негативно впливають на фінансові результати самих виробників і на темпи інноваційних трансформацій у компаніях. Однією з причин неможливості розробки системи вимірювання та формування інструментарію регулювання інноваційного потенціалу підприємств є недостатня кількість проведених досліджень в цій області. На особливу увагу при цьому заслуговує аналіз сукупності понять, які характеризують формування інноваційного потенціалу підприємств, його суті і узгодженості з іншими можливостями, які обумовлюють потенціал компанії в цілому, визначають сталість її інноваційного розвитку та стратегічну конкурентоспроможність.

Невизначеність в більшості існуючих досліджень сутності поняття «інноваційний потенціал» зумовило розробку концептуального підходу, згідно з яким досліджувана дефініція систематизована на групи: 1) інноваційний потенціал визначається сукупністю факторів і умов, що забезпечують інноваційну діяльність суб'єктів економіки; 2) процес науково-технічного забезпечення розвитку економічних систем, що включають фундаментальні дослідження і проектно-конструкторську діяльність, технологічні установи та експериментальні виробництва, персонал і технічні засоби цих установ; 3) накопичена деяка кількість інформації про результати науково-технічних робіт, винаходів, проектно-конструкторських розробок, зразків нової техніки та продукції.

Як бачимо, інноваційний потенціал ототожнюється з науково-технічним. Цей економічний ресурс представляється як накопичена деяка кількість інформації про результати науково-технічних робіт або тлумачиться як система факторів і умов, необхідних для здійснення інноваційного процесу, що значно спрощує дійсність, а також звужує сферу застосування цієї дефініції.

Науково-технічний блок відображає інноваційний процес створення нових і вдосконалення використаних технологій, засобів виробництва і кінцевої продукції з використанням досягнень науки і техніки. У нього входять такі напрямки реалізації інноваційного потенціалу підприємств: проектування, створення і використання нової технології – інженерна підготовка виробництва у власних інноваційних центрах; розробка і впровадження у виробництво нових і якісно вдосконалених видів енергії і матеріалів – нетрадиційних джерел енергії з кращими якісними властивостями, використання нових синтетичних, композиційних, керамічних, надчистих матеріалів із заданими ознаками.

ЩОДО ПИТАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРАЦІ

Черненко Н.О.

КПІ ім. Ігоря Сікорського, м. Київ

Діяльність, яка містить елементи новизни, раціоналізації та творчості, значно ефективніше для зростання добробуту країни, ніж просто виконавча а-праця по заданій технології. У роботах по історії науки наводяться десятки прикладів різкого підвищення ефективності виробництва під впливом нових технічних й організаційних ідей. Основна причина - рівень інтелектуалізації праці, ефект, який вносять вчені та інженери в створення продукції.

А. Сміт та К. Маркс під продуктивною працею розуміли кількість продукції в одиницю часу, але не враховували ступінь участі у виробництві додаткового продукту [1]. Тому слід замість "продуктивна" праця, вживати "рентабельна" праця, формула (1):

якщо $D \geq 3$, або $\frac{D-3}{3} \geq 0$, то праця рентабельна; якщо $D < 3$, або $\frac{D-3}{3} < 0$, то праця нерентабельна, де D - дохід, ум.од.; 3 – витрати, ум.од. (1)

Таким чином, варто вживати термін рентабельна або нерентабельна праця як в сфері матеріального виробництва, так і в інтелектуальній сфері - при створенні творів науки, літератури та мистецтва.

Відмінності в ефективності окремих видів праці зазвичай пояснюються відмінностями в складності виконуваних робіт, а отже, і в затратах на підготовку робітників та фахівців. Залежність між витратами на освіту та ефективністю праці, безсумнівно, існує. Але вона не може пояснити загальновідомі факти, коли люди з дуже скромною освітою досягли видатних результатів у мистецтві, науці чи винахідництві. Вся справа в тому, що здатність до творчості, хоча і піддається деякому розвитку, але аж ніяк не пропорційна тривалості навчання. Відомі випадки, коли робітники стають авторами винаходів, над якими безуспішно працювали цілі конструкторські бюро. Все це показує, що є щось, що принципово відрізняє творчу працю від регламентованої (а-праці).

Проблеми ефективності праці безпосередньо пов'язані з теорією вартості (цінності). У розвинених країнах витрати а-праці збільшують вартість, але не створюють додаткової вартості. Вона формується в-працею, як результат прояву творчих здібностей. Нові наукові, технічні, художні, підприємницькі ідеї забезпечують зростання вартості за двома напрямками. По-перше, зростання населення і прагнення до підвищення якості життя призводять до споживання більшого обсягу природних ресурсів, в тому числі за рахунок нових джерел сировини. По-друге, нові ідеї забезпечують зниження питомих витрат ресурсів на одиницю корисного ефекту. Сумарний результат виражається в збільшенні вартості суспільного продукту за рахунок пошуку нових джерел ресурсів та ефективнішого використання існуючих.

Література:

1. Генкин Б.М. Экономика и социология труда. Учебник для вузов. Москва: Издательская группа НОРМА_ИНФРА, 1998.384 с.

РЕКЛАМА І РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ У СУЧАСНОСТІ

Чернобровкіна С.В., Кібальнікова К.М.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

В роботі розглянуто сутність реклами та рекламної діяльності у сучасних умовах.

Реклама (від лат. *reklamo* – кричати), щодня і масово впливає на абсолютну більшість населення, сприяє формуванню купівельних переваг, допомагає привернути увагу споживачів до певного товару чи послуги з метою його популяризації та збуту. «Реклама – це інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару»[1].

У сучасній економіці, в умовах, коли пропозиція товарів перевищує попит на них, просування товарів до споживача є неможливим без систематичної рекламної діяльності [2]. Систематична рекламна діяльність підприємства зачіпає інтереси всіх учасників рекламного ринку – рекламодавця, виробника, розповсюджувача реклами та споживача, сприяє поповненню місцевих бюджетів.

Загалом можна сказати, що рекламна діяльність – є діяльністю суб'єктів господарювання, пов'язана з визначенням потреби у товарах чи послугах, створенням і розміщенням їх реклами задля досягнення стратегічних і поточних завдань розвитку. Рекламна діяльність охоплює сукупність таких процесів як: дослідження ринку збуту, визначення потреби в рекламі, дослідження ринку рекламних засобів та рекламної аудиторії, формування стратегії та програми рекламної діяльності, створення рекламного продукту, публікація чи показ в засобах масової інформації реклами, дослідження ефективності здійснення рекламних акцій та рекламної діяльності загалом.

Важливим чинником для інтенсивного розвитку рекламної діяльності став активний розвиток зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств, їх вихід на зовнішні ринки, і в цей же час просування на українському ринку товарів закордонних виробників [3]. В таких умовах роль реклами набуває важливого значення для вітчизняних виробників, адже вони мають конкурувати не лише з «місцевими» виробниками, а і з компаніями які успішні в своїй країні та мають намір захопити ринок України.

Література:

1. Закон України «Про рекламу», стаття 1 – «Визначення термінів»
2. Романова А. О. Сучасні тенденції та перспективи розвитку ринку реклами в Україні / А. О. Романова // Економіка і менеджмент культури . – 2014. – № 1. – С. 110–114. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ekmk_2014_1_21.
3. Андрусь О. І., Мастюк Д. О. Аналіз діяльності підприємства // Сучасні проблеми економіки та підприємництва. Випуск 11, 2013 – с. 245-246.

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ФОНДІВ

Чернобровкіна С.В., Кучерява А.С.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

В роботі зроблено аналіз ефективності використання основних фондів.

Основні фонди – це частина засобів виробництва, які діють у процесі виробництва протягом тривалого періоду часу, зберігають при цьому впродовж усього періоду натурально-речовинну форму і переносять свою вартість на продукцію по частинах у міру зносу у вигляді амортизаційних відрахувань.

Використання основних фондів є цілеспрямованим використанням засобів праці в процесі виробництва. Найбільш узагальнюючим показником використання основних фондів є фондівіддача, що характеризує обсяг виробництва продукції в грошовому вираженні на одиницю вартості основних фондів. Підвищення фондівіддачі дає змогу збільшити випуск продукції без додаткових капіталовкладень, що зумовлює не лише зростання виробництва суспільного продукту й національного доходу, а й вивільняє частину нагромаджень, які можуть бути використані на розвиток виробництва товарів і послуг, на підвищення матеріального добробуту населення.

Для аналізу рівня використання основних фондів застосовують показник фондомісткості. Цей показник є оберненим показником фондівіддачі. Зниження фондомісткості продукції дає значну економію поточних витрат виробництва. Також використовується показник рентабельність фондів. Даний показник визначає відношення прибутку до середньорічної вартості основних виробничих фондів.

Фондоозброєність, що характеризує озброєність одного працівника основними виробничими фондами та розраховується як відношення середньорічної вартості основних фондів до середньооблікової чисельності промислово-виробничого персоналу.

При аналізі можна виявити де обладнання працює непродуктивно та має багато простоїв, а де, навпаки, зношується дуже швидко, бо працює без зупинки. Саме тому, експерти мають розраховувати, вивчати, слідкувати та контролювати роботу основних фондів для забезпечення нормальної, ефективної та рівномірної роботи на підприємстві в цілому.

Література:

1. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1. / Редкол.: ...С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2000. – 864 с.
2. Економіка підприємства та маркетинг. Лаврова Ю.В. Конспект лекцій. Харків, 2012. URL: <https://buklib.net/books/37194/>
3. Юрчишена Л. В. Аналіз ефективності використання основних засобів на підприємстві / Л. В. Юрчишена, С. М. Волинець. // Ефективна економіка. - 2011. - № 8. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_8_26

КАБІНЕТНІ МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СУПЕРМАРКЕТІВ М. ХАРКОВА

Чернобровкіна С.В., Якушко А.Є.
*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В роботі проведено кабінетні маркетингові дослідження супермаркетів м. Харкова за кількістю, асортиментом, площею, відгуками та рейтингом.

Супер маркет	Кількість у м. Харкові	Район розміщення	Кількість у районі	Торговельна площа, м ²	Асортимент, найменувань	Відгуки покупців	Рейтинг у Google
Класс	13	Холодногірський	1	3000	90000	Недостатньо робочих кас; грубість персоналу; недостатня допомога покупцям	4,4
		Шевченківський	2	4100			
		Московський	2	2000			
Рост	7	Холодногірський	2	7923	70000	Швидка реакція на скарги; хамство від касирів; допомога продавців-консультантів	4,4
		Шевченківський	1	13300			
Ашан	2	Шевченківський	1	Дані відсутні	80000	Недостатньо робочих кас; недолік персоналу у певні моменти; швидке орієнтування в асортименті	4
Сільпо	12	Шевченківський	2	1440	20000	Грубість персоналу; відсутність прибирання залу у певні часи; завантаженість кас	3,8
Дігма	39	Холодногірський	3	1000	18000	Уважний персонал у торговому залі; грубі касири; недостатня кількість персоналу	3,7
		Шевченківський	3	1000			

Література:

1. Офіційний сайт супермаркету «КЛАСС». URL: <https://klassmarket.ua>
2. Офіційний сайт супермаркету «РОСТ». URL: <http://rost.kharkov.ua>
3. Офіційний сайт супермаркету «Ашан». URL: <https://auchan.ua>
4. Офіційний сайт супермаркету «Сільпо». URL: https://www.fozzy.ua/ru/retail_chains/silpo
5. Офіційний сайт супермаркету «Дігма». URL: <https://digma.ua>

ІНСТРУМЕНТИ МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Черчик Л.М.

*Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки,
м. Луцьк*

Механізм забезпечення екологічної безпеки підприємства повинен включати інструменти, що забезпечують стійкість до негативних внутрішніх впливів та зовнішніх екологічних загроз. Основою механізму є економічні інструменти та важелі впливу на діяльність підприємств. Їх поділяють на три групи: інструменти фінансового забезпечення екологічної безпеки (бюджет, екологічні банки та фонди, екологічне інвестування); нефінансові економічні інструменти (ринки екологічних товарів і послуг, екострахування, сертифікація, ліцензування, регіональні програми, митне регулювання); економічні інструменти примусово-обмежуючої та стимулюючо-компенсаційної дії (екологічний податок, ціноутворення, амортизація природоохоронних активів, екологічний акцизний збір, пільгові позички, податки, субсидії та кредити) [1].

Організаційне забезпечення передбачає впровадження екологічного менеджменту [2]. Ефективні в застосуванні такі сучасні організаційні інструменти: екоаутсорсинг (економія природоохоронних витрат за рахунок виконання окремих функцій у сфері екологічної безпеки іншими підприємствами чи установами), екоклінтех (пошук і реалізація інноваційних рішень у забезпеченні екологічної безпеки), екоспонсоринг (підвищення екологічного іміджу підприємств), купівля-продаж прав на викиди (скиди) між підприємствами, взаємне екологічне страхування (передбачає захист матеріальних інтересів підприємств у вигляді часткової компенсації збитків, які виникають при забрудненні НПС внаслідок технологічних та природних катаклізмів) [3]. Можуть застосовуватись: екоінжиніринг бізнес-процесів, екологічна модернізація основних засобів; еколізинг.

Для отримання необхідної інформації застосовується екологічний моніторинг та аудит. На етапі стратегічного аналізування доцільно використати метод портфельного аналізу, діагностику еколога-економічної безпеки підприємства, прогнозування змін на майбутнє [2].

Література:

1. Жулавський А.Ю., Гордієнко В.П. Механізм забезпечення екологічної безпеки. *Вісник СумДУ. Серія «Економіка»*. 2016. № 1. С. 7-14.
2. Черчик Л. Наукові підходи до трактування сутності екологічного менеджменту підприємства. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*: журнал. Луцьк: Вежа-Друк, 2016. № 1 (5). С. 68-73.
3. Мамчук І.В. Теоретичні засади формування економічного механізму забезпечення екологічної безпеки процесів реструктуризації підприємств хімічної промисловості регіону. *Агросвіт*. 2011. № 22. С. 74-82.

ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РИЗИКІВ У БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Чиж Н.М., Чиж В.О.

*Луцький національний технічний університет,
Коледж технологій, бізнесу та права СНУ імені Лесі Українки, м. Луцьк*

Банківська діяльність постійно супроводжується різноманітними ризиками, які мають як внутрішню так і зовнішню природу. Своєчасне виявлення та попередження цих ризиків дає змогу уникнути або значно зменшити витрати, які зазнає банківська інвестиційна діяльність.

Банківські установи повинні свідомо брати певний ризик на себе, оскільки повністю його усунути неможливо. Звідси висновок: кожному банку потрібно прорахувати свої можливості і брати на себе тільки ті ризики, з якими він може справитися. Сьогодні у практичній діяльності банків використовуються різноманітні методи контролю за інвестиційними ризиками. Серед способів їх обмеження можуть застосовуватися як традиційні методи (встановлення лімітів, резервування, хеджування, диверсифікація), так і нові (методи оптимізації, нормативи НБУ щодо банківського інвестування).

Існують дві загальновизнані концепції оцінки інвестиційного ризику: аналіз чутливості кон'юнктури ринку та аналіз вірогідного розподілення дохідності. Перша концепція ґрунтується на розрахунку варіації дохідності, враховуючи найкращий та найгірший варіанти. Друга – на побудові вірогідного розподілу значень дохідності та вирахованні відхилення від середньої дохідності й коефіцієнта варіації [1; 2]. Для того, щоб зменшити загальний ризик інвестування, банки, попередньо формують портфель інвестиційних пропозицій. Мета його створення – оптимальний розподіл ресурсів за типами цінних паперів, які необхідно ранжувати за ступенем дохідності й ризику.

Основне завдання банківського менеджменту полягає у виборі ефективної інвестиційної стратегії, яка забезпечить економічну вигоду установі при найменших втратах від інвестиційних ризиків. Відповідно до ринкових законів – дохідність конкретної інвестиційної операції комерційного банку прямо залежить від ризику її проведення.

Отже, інвестиційні ризики постійно діють вплив на діяльність банківських установ. Саме тому банкам необхідно об'єктивно оцінити та проаналізувати всі основні інвестиційні ризики і виявити, які з них він може осилити. Звідси, головне завдання банківського менеджменту – створити ефективну систему управління ризиками, здатну точно ідентифікувати і оцінити ризики; знайти дієві інструменти щодо зменшення їхнього впливу на інвестиційну діяльність установи.

Література:

1. Вовчак О.Д. Банківська інвестиційна діяльність в Україні. Львів: Вид-во Львів. комерц. акад. 2005. 544 с.
2. Луців Б.Л. Банківська діяльність у сфері інвестицій. Тернопіль : Економічна думка, Карт-бланш, 2001. С. 257-276.

ПРОБЛЕМА ЦИФРОВОГО ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКУ ТА АУДИТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Чорна К.В., Лободзинська Т.П

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», м. Київ

З огляду на нові тенденції розвитку управлінських та господарських процесів підприємствами використовуються системи електронного документообігу, спеціальні програмні забезпечення для комп'ютеризації облікової та аудиторської діяльності.

Цифрова фінансова звітність – це фінансова звітність з використанням структурованої комп'ютерно-орієнтованої форми, що складалася у паперовому вигляді, електронних версій паперових звітів, таких як HTML, PDF, або як документ у текстовому редакторі [1].

Для забезпечення ведення висококваліфікованого обліку та аудиту діяльності, підприємствами встановлюються актуальні та адаптовані до сучасних умов системи електронного документообігу (наприклад «М.Е.Дос») та програми для ведення внутрішньогосподарського обліку («1С», «SAP», «Парус», «Контур», «Ельба», тощо). Основна проблема полягає в тому, що в Україні на сьогодні використовуються програми, які поступаються за функціоналом та можливостями «1С». Більшість програм не адаптовано під українське законодавство та/або орієнтовано лише на великі підприємства. Існує потреба у висококваліфікованих спеціалістах з досвідом роботи у цих програмах. До того ж, вартість підтримки та супроводження є високою.

Під впливом Четвертої промислової революції, що вносить швидкі зміни у сферу обліку та аудиту завдяки використанню штучного інтелекту та робототехніки [2], доцільно створити власне українське програмне забезпечення для проведення внутрішнього обліку підприємств, грамотно адаптувати всі переваги «1С» під вимоги законодавства. Бажано провести колаборацію з програмою електронного документообігу «М.Е.Дос».

Отже, саме за допомогою електронних додатків можливо усунути механічні помилки, неточності облікових даних, підвищити їх якість та повноту, дозволяє надати менеджерам зрозумілу статистичну інформацію для впровадження управлінських змін. Вважаємо за доцільне розробити повноцінно адаптовану сучасну програму для ведення обліку та аудиту на українських підприємствах.

Література:

1. Спільник І., Палюх М. Бухгалтерський облік в умовах цифрової економіки / І. Спільник, М. Палюх // Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. Міжнародний науковий журнал. – 2019. – Випуск 1-2.

2. Вплив цифрових технологій на бухгалтерський облік: семінар "STAREP" розглядає можливі виклики – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.eu4business.eu/uk/news/vplyv-cyfrovih-tehnologiy-na-buhgaltersky-oblik-seminar-starep-rozglyadaye-mozhlyvi-vyklyky>

РИЗИКИ ГЛОБАЛЬНОГО РИТЕЙЛУ

Чорна М.В., Волосов А.М.

*Харківський державний університет харчування та торгівлі,
м. Харків*

Глобалізація роздрібної торгівлі, взаємопроникнення традиційної та електронної форм торгівлі, бурхливий розвиток інноваційних технологій не тільки посилюють конкуренцію в цій сфері та вплив традиційних ризиків, але і спричиняють появу нових їх видів та потребу зменшення їх негативної дії. Сферами прояву реальних і потенційних ризиків є : бренд і репутація ритейлера; утримання лояльних і залучення нових покупців; використання новітніх технологій; ускладнення системи глобальної логістики; безпека бізнесу. Ризики, пов'язані з брендом і репутацією важко виміряти та спрогнозувати, хоча найчастіше вони є результатом стратегічних/оперативних рішень менеджменту. Нові тренди у споживчих очікуваннях покупців, їх поінформованість, зростаючі вимоги до зручності, доступності, отримання позитивного досвіду й безпечності процесу покупки ускладнюють усі без винятку бізнес-процеси ритейлерів, вимагаючи від них гнучкості, оперативності, постійного удосконалення моделей поведінки. Інноваційні технології в ланцюжку «пошук товару – вибір – оплата – отримання – користування – зворотній зв'язок», з одного боку дозволяють краще розуміти індивідуальні потреби покупця, а з іншого – вимагають посилення захисту персональних даних клієнтів і бізнесу в цілому від кіберзлочинців. Глобальна логістика не тільки ускладнює постачання товарів, але й збільшує взаємозалежність ритейлерів і ринкової інфраструктури, створює нові види ризиків, які впливають на значну кількість компаній і цілі галузі. Мінімізація їх впливу може досягатись гнучкістю або локалізацією ланцюжка постачань. Загальна безпека бізнесу ритейлерів все більше утворюється під впливом не тільки від зазначених вище, а й природно-кліматичних чинників (стихійних лих, нетипових/тривалих явищ), важкопередбачуваних індивідуальних проявів глобального тероризму (навіть якщо вони безпосередньо не спрямовані проти певного ритейлера), епідеміологічних, взаємозалежністю ритейлерів та їх контрагентів.

За цих умов підвищується роль системи ризик-менеджменту ритейлерів, яка повинна, по-перше, ідентифікувати всі види ризиків для: матеріальних активів бізнесу, доходів, грошових, матеріальних та інформаційних потоків, бренду, репутації, бізнес-процесів тощо. Органічне поєднання традиційних і нових стратегій зниження і передачі ризиків (страховим компаніям/партнерам) має базуватись на: організації бізнес-процесів виявлення нових і потенційних ризиків, їх ретельного аналізу та початкового управління ними; кількісній оцінці ризиків; прогнозі небезпечності загроз; обґрунтуванні та виборі системи першочергових заходів; розподілу ризиків і витрат на страхування між «типовими» рішеннями і «новими» для вищезазначених сфер прояву ризику; моніторингу реалізації прийнятих рішень; своєчасному коригуванні стратегічних і оперативних заходів з управління ризиками.

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ

Чупир О.М., Бурлака Є.О.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків*

Залізничний транспорт на сьогоднішній день є ключовою стратегічною галуззю України, ефективне функціонування якої зумовлює розвиток інших галузей економіки, зміцнює зовнішньоекономічні зв'язки України, підвищує рівень зайнятості та добробуту населення, забезпечує національну безпеку. У той же час залізнична галузь має низку проблем, що уповільнюють її розвиток. Серед них можна виділити наступні: застарілість основних засобів, неелектрифікованість значної частини колій (понад 70%), низька середня швидкість пересування, невідповідність залізничних колій і залізничних терміналів європейським стандартам.

Український залізничний транспорт поступово втрачає свої конкурентні позиції на світовому ринку залізничних перевезень, про що свідчать дані The Global Competitiveness Report 2016-2017, згідно з якими Україна за критерієм розвитку залізничної інфраструктури посідає 34 місце, а сусідні Польща та Російська Федерація посідають 49 та 25 місця відповідно. У 2014 році за даним критерієм Україна посідала 25 місце у світі, коли в Росії та Польщі – 31 та 70 місця відповідно [1]. За 2015-2017 роки показники пасажирообігу та вантажообігу України демонструють тенденцію до зниження, що обумовлюється зниженням транзитних перевезень і низькою якістю сервісу українських залізниць.

Перспективами розвитку залізничного транспорту є: інтеграція у європейську та світову транспортну мережу, підвищення безпеки руху, запровадження ефективної моделі державного регулювання залізничного транспорту, застосування ресурсозберігаючих технологій, підвищення екологічності та енергоефективності транспортних засобів, забезпечення доступності та підвищення якості залізничних транспортних послуг [1,2,3].

Таким чином, залізничний транспорт України на сьогоднішній день володіє значним потенціалом для вирішення проблем, які існують у галузі залізничного транспорту. Проте для цього потрібно використовувати механізми, що максимально розкривали би цей потенціал, зокрема, такі як управління розвитком ресурсного потенціалу залізничного транспорту.

Література:

1. Овчиннікова В.О. Стратегічне управління розвитком залізничного транспорту України: монографія. Харків: УкрДУЗТ, 2017. 427 с.
2. Токмакова І.В. Забезпечення гармонійного розвитку залізничного транспорту України : монографія. Харків: УкрДУЗТ, 2015. 403 с.
3. Остапюк Б.Я. Ефективність розвитку залізничного транспорту в системі національного господарства: дисертація на здобуття наукового ступеня канд. екон. наук: 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством», Харків, 2017. 210 с.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

Шамрасва А.В., Загорянська О.Л.

*Кременчуцький національний університет ім. Михайла Остроградського,
м. Кременчук*

Однією з важливих складових сфери послуг в Україні є готельне господарство. Його функціонування є одним із дієвих засобів формування ринкового механізму, надходження значних прибутків до держави, створення нових робочих місць та підтримки регіонів.

Розробку питань побудови ефективного механізму управління підприємствами готельного господарства досліджували українські та зарубіжні вчені: Г. Бондаренко, Г. Мунін, О. Мусакін, Х. Роглев, А. Саак та ін.

На даний час підприємства готельного господарства України розвиваються нестабільно. За даними державної служби статистики в динаміці розвитку готельного господарства України впродовж останніх років відбувається укрупнення готелів, а зменшення показників у 2014 р. пов'язано з економіко-політичною та фінансовою нестабільністю країни.

Найбільші підприємства готельного господарства знаходяться у Львівській (0,33%), Одеській (8,89%), Закарпатській (8,86%), Івано-Франківській (8,08%) областях та м. Київ (5,94%) [1]. Завантаження готелів є сезонним, в областях, що не належать до активних туристичних зон, влітку вона найнижча, а в курортних зонах – влітку та взимку вона найвища. Також, ціни в готелях вищі за середньоєвропейські, а рівень обслуговування не відповідає міжнародним стандартам, а переважно нижчий.

Організаційна структура готельного підприємства є важливим елементом його функціонування, яка впливає на рівень обслуговування. Організаційна структура, визначається насамперед його призначенням, місцем розташування, специфікою додаткових послуг, що надаються, та іншими факторами. Чим крупніше готельний комплекс, тим більш розгалужену структуру управління він має («Хілтон», «Україна»). У готелях низької та середньої місткості передбачений мінімальний набір основних послуг («Кремінь») [2].

Таким чином, для ефективного управління готельним підприємством слід створювати атмосферу гостинності, орієнтуючись на потреби та комфортність перебування гостей, збалансувати цінову політику та якість основних і додаткових готельних послуг.

Література:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Навч. посіб. / За редакцією члена.кор. НАН України, д.е.н., професора Дорогунцова С.І.– К.: Ліра.К, 2005. – 520 с.

ПРОГНОЗ ЭКОНОМИЧЕСКОГО И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ УКРАИНЫ

Шводиауэр Г., Перерва П.Г., Ивченко М.О.

Магдебургский университет Отто-фон-Геррике, г. Магдебург

Для эффективного развития промышленности Украины необходимо учитывать результаты прогноза основных показателей экономического и социального развития Украины на 2020-2022 годы по двум возможным сценариям, которые разработаны Министерством развития экономики (табл.1).

Таблица 1 – Прогноз развития Украинской экономики на 2020-2022 гг.

Показатель	Сценарий №1			Сценарий №2		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Рост реального объема ВВП	3,7%	3,8%	4,1%	4,8%	5,5%	6,5%
Индекс потребительских цен	5,5%	5,3%	5,1%	5,8%	5,0%	5,0%
Среднегодовой курс к доллару США, грн	27,0	27,2	27,5	24,8	23,9	24,2

Как следует из табл.1, показатели разработаны по двум сценариям. Так, сценарий I предусматривает дальнейшее постепенное ускорение экономического роста и формирования качественной основы для устойчивого экономического развития в среднесрочной перспективе. По этому сценарию прогнозируется, что рост реального объема ВВП на 3,7% в 2020г., 3,8% в 2021г. и 4,1% в 2022г. В то же время индекс потребительских цен (декабрь к декабрю предыдущего года) составит 105,5% в 2020г., 105,3% в 2021г., 105,1% в 2022г.. Предположения относительно среднегодового обменного курса - 27 грн / \$ в 2020г., 27,2 грн / \$ в 2021г., 27,5 грн / \$ в 2022г.

В условиях успешного внедрения реформ для улучшения бизнес-климата кардинальные успехи в борьбе с коррупцией, реформировании судебной системы и защите прав собственности могут вызвать всплеск инвестиционной активности, в том числе за счет притока иностранного капитала. Соответствующие эффекты оценены в сценарии II. По этому сценарию прогнозируется рост реального объема ВВП на 4,8% в 2020г., 5,5% в 2021г. и 6,5% в 2022г.. Индекс потребительских цен (декабрь к декабрю предыдущего года) составит 105,8% в 2020г., 105,0% в 2021г. и в 2022г.

Отметим, что Украина получила макроэкономический прогноз, который впервые способствует эффективному воплощению реформ и определению приоритетов государственного финансирования: безопасности и обороны, энергоэффективности, инфраструктуры, АПК, здравоохранения, культуры.

Литература:

1. Макроэкономический прогноз 2020-2022.- Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua>
2. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.- Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
3. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
4. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592 с.
5. Перерва П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 3. Управление ассортиментом продукции.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
6. Перерва П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 4. Исследование рынка промышленной продукции.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 96 с.

ПЕРЕВАГИ «ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ»

Шебалкова Є.І., Янченко Н.В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків*

Зелена економіка – напрямок в економічній науці, який сформувався в останні два десятиліття, у рамках якої вважається, що економіка є залежним компонентом природного середовища, у межах якій вона існує і є її частиною.

Спрямованість на забезпечення потреб усіх людей у всьому світі, захист біологічних видів, збереження природного середовища, Землі як системи і одного з отримувачів вигоди, а не об'єкта забруднення і експлуатації. Ґрунтовність на соціальній та екологічній справедливості, толерантності, створенні високої якості життя для нинішніх і майбутніх поколінь, поєднанні інтересів літніх людей і молоді.

Забезпечення дотримання прав біологічних видів на існування і збереження біорізноманіття. Забезпечення рівного доступу до прийняття рішень (управління) і ресурсів, зокрема місцеві жителі повинні контролювати використання ресурсів. Забезпечення гендерної рівності в усіх сферах діяльності, навчанні, увага до розширення прав і можливостей жінок, а також національних, сексуальних і релігійних меншин. Припинення зростання масового споживання і нераціонального використання ресурсів планети; націленість на повернення природного саморегулювання; відновлення кліматичних умов у спосіб запровадження екологічних технологій; зниження викидів вуглецю, зміни критеріїв оцінювання економічної ефективності з математичних абстракцій на визначення реальних наслідків для всіх зацікавлених сторін; орієнтованість на повагу до всіх людей однаково.

Отже, «Зелена економіка» потрібна, щоб зберегти природний капітал, екосистеми і біорізноманіття та при цьому забезпечити зростання доходів і зайнятості. Це поняття з'явилося як частина концепції сталого розвитку.

Стійким називають розвиток, при якому задоволення потреб нинішніх поколінь відбувається без шкоди для можливостей поколінь майбутніх. Така базова формулювання з'явилося в 1987 році в доповіді «Наше спільне майбутнє» Комісії ООН по навколишньому середовищу і розвитку. Суть сталого розвитку - у взаємопов'язаному та пропорційному розвитку трьох компонентів державного устрою: економічного, соціального та екологічного.

Література:

1. Чмир О.С. "Зелена" економіка: сутність, цілі та базові принципи / Чмир О.С., Захаркевич Н.П. // Економічний вісник Донбасу. – 2013. – № 3. – С. 54-62
2. Мусіна Л. А. Взаємний вплив економіки та природного середовища в сучасному світі: політика, стратегії, технології / Л. А. Мусіна, А. В. Ямчук, Т. К. Кваша ; Держ. агентство з питань науки, інновацій та інформатизації України, Укр. ін-т наук.-техн. і екон. інформації. – Київ : УкрІНТЕІ, 2012.

КЛЮЧОВІ ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Шевченко М.М.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Фінансова стратегія підприємства – це комплекс інструментів та заходів щодо залучення, координування та розподілу фінансових ресурсів підприємства для забезпечення ефективної діяльності усіх його функціональних підрозділів за умов ефективного використання його фінансового потенціалу і своєчасної адаптації до змін зовнішнього середовища у відповідності з довгостроковими корпоративними цілями та місією.

Узагальнюючи ключові особливості, слід підкреслити, що фінансова стратегія:

- обґрунтовує стратегічні орієнтири фінансової діяльності підприємства;
- забезпечує ефективне залучення, перерозподіл та використання фінансових ресурсів на підприємстві;
- сприяє ефективній діяльності усіх функціональних підрозділів підприємства: виробничого маркетингового, науково-дослідного, управління персоналом, логістичного та інших;
- потребує координації зі стратегічними рішеннями керівництва підприємства та іншими функціональними стратегіями;
- прискорює адаптацію до змін, які відбуваються у турбулентному зовнішньому середовищі підприємства;
- забезпечує ефективне використання фінансового потенціалу підприємства;
- є підставою для прийняття стратегічних рішень щодо підвищення результативності управління підприємством;
- є основою для підвищення ефективності господарської діяльності та конкурентоспроможності підприємства на тривалу перспективу.

Фінансова стратегія повинна бути спрямована на досягнення п'яти ключових цілей:

- 1) забезпечення підприємства необхідними коштами;
- 2) задоволення матеріальних і соціальних потреб працівників і власників підприємства;
- 3) забезпечення високого рівня рентабельності та прибутковості підприємства;
- 4) максимізація ринкової вартості підприємства;
- 5) зростання економічної доданої вартості (EVA).

В умовах нестабільного зовнішнього середовища фінансова стратегія є потужним інструментом забезпечення фінансової стійкості підприємства та досягнення стратегічних фінансових цілей його керівництва. Вона визначає фінансово-економічну політику підприємства, обумовлює ефективність діяльності усіх його функціональних підрозділів підприємства, сприяє забезпеченню конкурентоспроможності та досягненню довгострокових цілей.

СТРАТЕГІЯ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА

Шевченко М.М., Томах А.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Актуальність теми полягає у тому, що підприємства, виходячи на міжнародні ринки не можуть обмежуватися застосуванням тільки освоєних ними раніше маркетингових інструментів, навіть за умов певної їх видозміни. В умовах глобалізації основним завданням для суб'єктів міжнародних економічних відносин є розробка стратегії стимулювання попиту та досягнення цілей, долаючи при цьому проблеми, які з'являються із швидким розвитком міжнародних економічних відносин. Компанія повинна вивчати міжнародний ринок, максимально пристосовувати виробництво до його вимог і намагатися впливати на попит споживачів, використовуючи для цього різні методи для досягнення головної мети міжнародного маркетингу – цільової орієнтації і комплексності (з'єднання підприємницької, господарської, виробничої і збутової діяльності в послідовну взаємозв'язану систему).

Основна методологічна проблема усвідомлення суті, еволюційних змін, сучасного економічного змісту, завдань і функцій міжнародного маркетингу полягає в сприйнятті взаємозв'язку між глибинним розумінням його як економічної категорії і зовнішніми проявами відповідної управлінської діяльності в конкретному географічному, соціальному, економічному, політичному, правовому середовищі.

На сучасному етапі розвитку бізнесу відбувається інтернаціоналізація світової економіки і посилення зовнішньоекономічних зв'язків, все більш актуальним стає вихід на міжнародні ринки. Величезне значення набуває міжнародний маркетинг як засіб для отримання об'єктивної інформації про світові ринки і вдосконалення відносин з цими ринками, а також пошуку споживачів, аналізу та задоволення їх потреб з метою отримання максимального прибутку.

Міжнародний маркетинг базується на допущенні, що світові ринки мають відмінності, і найбільш ефективні стратегії це враховують. У маркетингу це означає, що продукція підприємств буде адаптуватися там, де це необхідно, для забезпечення відповідності умовам місцевого ринку і конкуренції.

Таким чином, вимоги міжнародного маркетингу спонукають до дослідження і розробки стратегічних планів, які здатні зробити компанію конкурентоспроможною на ринках і максимізувати економічні вигоди, завдяки плануванню міжнародної маркетингової стратегії, яка, у свою чергу, включає організацію фірми, визначення ступеня стандартизації, планування продукції, збуту, просування і ціноутворення.

СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ У МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА

Шевченко М.М., Чмига О.Д.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

В умовах насиченого ринку компанії недостатньо розробити новий якісний товар, встановити на нього оптимальну ціну і вибрати ефективні канали розподілу. Дедалі більшої ваги набуває четверта складова комплексу маркетингу – методи просування товару, під якими розуміють сукупність маркетингових рішень, пов'язаних із комунікаціями. Часто їх об'єднують під спільною назвою – система маркетингових комунікацій (СМК) фірми. СМК фірми спрямована на інформування, переконання, нагадування споживачам про її товар, підтримку його збуту, а також створення позитивного іміджу фірми.

Спрямовуючи свої комунікаційні зусилля, фірма очікує від адресатів певного бажаного для неї зворотного реагування. Від постачальників і маркетингових посередників – співробітництва на взаємовигідних умовах. Від контактних аудиторій – сприяння її діяльності, формуванню і підтриманню позитивної репутації фірми чи, принаймні, відсутності протидії. Від органів державного управління – встановлення режиму найбільшого сприяння. Від головного адресата – споживачів – очікуване зворотне реагування може бути різним залежно від конкретної маркетингової ситуації і поставлених на даний період цілей; у кінцевому ж підсумку – купівля товару фірми.

Окрім адресатів комунікаційної політики фірми слід визначити фактори, що визначають структуру СМК:

1) Тип товару чи ринку

Ефективність засобів товаропросування на споживчих ринках і ринках товарів промислового призначення різна. Виробники товарів широкого вжитку, як звичайно, більше коштів витрачають на рекламу. Фірми, які виробляють інвестиційні товари, значні кошти найчастіше витрачають на організацію персонального продажу, особливо на ринках із невеликою кількістю потужних споживачів.

2) Етап життєвого циклу товару

На етапі виведення товару на ринок комунікаційні зусилля мають бути максимальними. Формування обізнаності з товаром і фірмою відбувається насамперед за допомогою реклами і “паблік релейшинз”. Методи стимулювання збуту корисні для “підштовхування” споживачів до апробації товару, а персональний продаж можна використовувати для спонукання роздрібних торговців узятися за продаж товару.

Стратегія просування будь-якого продукту - це скрупульозний аналіз всіх складових, в якому не буває дрібниць або незначних пунктів. Важливо все: починаючи від назви компанії, створення логотипу до визначення корпоративного стилю і рекламних каналів.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Шейко Ю.О.

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

Інноваційна діяльність і технології є невід'ємним елементом успішного розвитку господарюючого суб'єкта. Не є виключенням і страхові компанії, для яких впровадження інновацій є запорукою збереження конкурентних позицій на фінансовому ринку і ефективного протистояння іноземним страховикам, які все більше завойовують український страховий ринок. Аналізуючи підходи різних науковців, усі інновації у страхуванні можна розділити на 4 групи:

I. Продуктові інновації, що передбачають розробку нових і вдосконалення існуючих страхових продуктів, а також процесів супроводу страхових продуктів шляхом їх автоматизації тощо;

II. Маркетингові інновації, пов'язані із новими каналами збуту страхових продуктів, за допомогою яких страховики, з одного боку, просувають на ринок власні продукти, а з іншого – забезпечують «зворотний зв'язок» зі споживачами, що сприяє розширенню інформаційної клієнтської бази та врахуванню їхніх потреб [1];

III. Технологічні - удосконалення технологій взаємодії з елементами макро-середовища;

IV. Управлінські інновації - використання новітніх методів організації роботи та управління діяльністю страхових компаній;

Активізації інноваційної діяльності вітчизняних страховиків перешкоджає сукупність зовнішніх і внутрішніх факторів. До зовнішніх варто віднести складну економічну ситуацію; політико-правові фактори; недостатньо розвинену інфраструктуру страхового ринку; обмежений перелік напрямів розміщення страхових резервів; Негативними факторами на рівні страхової компанії є її низька капіталізація, неефективний менеджмент, відсутність інноваційних стратегій страхової діяльності на довгострокову перспективу, некваліфікованість працівників та їх невмотивованість до розробки інноваційних рішень. У довгостроковій перспективі доцільно виділити такі напрями активізації інноваційної діяльності страховиків як:

- всебічна інформатизація та автоматизація бізнес-процесів, як внутрішніх (всередині компанії), так і зовнішніх (з клієнтами, державою, партнерами);

- оновлення методики формування та інформаційного забезпечення потенційної та дійсної клієнтської бази;

- диверсифікація каналів збуту страхових продуктів, підвищення культури споживання у страхуванні;

- формування середовища довіри та підтримки у сфері "компанія-клієнт": якісне обслуговування, швидка реакція на звернення, супутні послуги, заохочення клієнтам за лояльне ставлення;

- використання інноваційних методів та методик діагностики ризиків, що приймаються на страхування.

Література:

1. Кулина, Г. Інноваційні технології дистрибуції страхових продуктів. *Світ фінансів*. Тернопіль : ТНЕУ, 2016, № 1, с. 215-226.

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Шестакова Т. М.

Приазовський державний технічний університет, м. Маріуполь

Згідно опитувань сучасних вітчизняних керівників, однією з головних проблем, з якими їм доводиться стикатися у своїй професійній діяльності, є постійна нестача часу.

Часом управляти неможливо, але людина може управляти собою, отримуючи максимальну користь з наявного в своєму розпорядженні часу. Особливого значення набуває тайм-менеджмент саме в організації діяльності керівника, оскільки раціональне використання часу підвищує не тільки ефективність власної роботи менеджера, але й впливає на результативність діяльності його підлеглих.

Тайм-менеджмент треба розглядати як систему управління часом, що складається з наступних елементів: аналіз використовуваного робочого часу; формування стратегії за підсумками проведеного аналізу; постановка мети, яку планує досягти керівник при використанні технології управління часом; планування робочого часу за пріоритетами; виконання дій; створення методів боротьби з причинами недоречного використання робочого часу; контроль досягнення мети; підбиття підсумків за результатами [1].

При використанні тієї чи іншої техніки управління часом важливо дотримуватися саме системного підходу: ігнорування або недостатня увага до виконання будь-якого елемента системи тайм-менеджменту зводить нанівець усі попередні зусилля.

Зараз основні стратегії управління часом спрямовані на організацію інтенсивних тренінг-груп з розвитку навичок управління індивідуальним часом. Однак, жодне з експериментальних досліджень не підтвердило розхожого уявлення про те, що індивідуальний коучинг з тайм-менеджменту підвищує ефективність праці на рівні організації. Традиційний тайм-менеджмент враховує індивідуальні особливості ставлення до часу, але упускає з уваги особливості просторово-часових характеристик завдань, які вирішує організація, а також сформовані в колективі норми ставлення до часу, уявлення про його цінність. Нові умови бізнесу вимагають нових підходів до використання часу не тільки на індивідуальному рівні, але і на рівні організації – через узгодження стилів управління часом [2].

Література:

1. Ожиганова М. С., Власова Л. Н., Кушнарева И. В. Тайм-менеджмент как система управления временем руководителей // Научно-метод. электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 24. – С. 83–85. – URL: <http://e-koncept.ru/2017/770465.htm>. (дата звернення 19.02.2020).
2. Болотова А. К. Тайм-менеджмент как инструмент управленческой деятельности. URL: <data/2010/03/28/1232584053/bolotova...08.pdf> (дата звернення 19.02.2020).

ПРОБЛЕМИ ПРОСУВАННЯ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Ширяєва Н.В., Заїченко І.М.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

Впровадження системи маркетингової діяльності на будь-яке підприємство є першочерговим питанням, бо саме завдяки їй адаптація до постійно мінливого навколишнього середовища можлива відповідними темпами. Управління маркетинговою діяльністю здійснюється перш за все через маркетингову політику, яку кожне підприємство обирає для себе з огляду на місію, цінності довгострокові та короткострокові плани підприємства. Але маркетингова політика досить ємне поняття, і щоб розглянути його повністю, необхідно перш за все проаналізувати основні тлумачення цього поняття.

Наприклад, Пітер Дойль пояснює політику просування як процес передачі та отримання повідомлення, у якому беруть участь дві сторони: відправник та аудиторія.

В даній роботі буде використовуватися визначення Н. С. Палій: «Політика просування - це процес обміну осмисленою інформацією і психологічною енергією між людьми з допомогою різних засобів зв'язку».

До комплексу просування на промисловому ринку слід віднести наступні засоби: прямі продажі, прямий маркетинг, інтернет-комунікації, цифровий маркетинг та SMM, стимулювання продажів, PR, реклама.

Проте не слід забувати, що на металургійному ринку існують деякі особливості. Наприклад, продавати значні обсяги виготовленої металопродукції найвигідніше посереднику, на якого можливо перевести частину відповідальності за реалізацію.

Також важливим фактором є вплив сезонності та погодних умов. Так як попит на металургійному ринку напряму залежить від попиту на будівельному ринку, а тому обсяг продаж значною мірою пов'язан з початком будівельного сезону та його завершенням.

Важкість транспортування металопродукції це ще один фактор, який впливає на обсяг продажів. Погані погодні умови можуть завадити експорту металопродукції, бо основний транспортний засіб, який її переправляє – морський транспорт, тому строки доставки при несприятливих погодних умовах значно збільшується, а також якість продукції може постраждати.

Отже, при просуванні металургійної продукції компанії стикаються з певними труднощами, які необхідно досліджувати та знаходити шляхи вирішення.

Література:

1. Гурєєва А.Ю. Аналіз методів просування товарів на зовнішній ринок / А.Ю. Гурєєва //Управління розвитком. —2012. — № 3. — С. 32–34
2. Примак Т. О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством. – К.: Експерт, 2001.-245 с.
3. Пітер Д. Маркетинг менеджмент та стратегії- "ПІТЕР", — 2007

ОСОБЛИВОСТІ ТА РИЗИКИ УПРАВЛІННЯ РУХОМ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРІВ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

Ширяєва Н.В., Карішіна А.І.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Сільське господарство – одна з найуспішніших та водночас найбільш ризикових галузей економіки. Одним із головних інструментів у сільському господарстві є земля, що базує аграрну сферу.

На рух сільськогосподарських товарів має великий вплив певна група ризиків. Основними з яких у даній галузі є:

1. Ризики пов'язані з проявом природних умов (погіршення стану якості ґрунтів та врожайності);
2. Ринковий ризик (цінова невизначеність на сільськогосподарську продукцію);
3. Інституціональний ризик (зміна економічної політики стосовно аграрного сектору);
4. Фінансовий ризик (спосіб утворення капіталу та фінансування підприємства).

Проаналізувавши ситуацію про рух аграрних товарів на зовнішні ринки, ми зробили висновок, що кращим прикладом української експортної стратегії залишається продукт перероблювання соняшнику. Пшениця є візитною карткою експорту в Україні. Її обсяг поставок на зовнішні ринки виріс більш, ніж удвічі за останні п'ять років. Соняшникова олія – приклад з перероблювання аграрної культури в наступну сировину для експорту. Щоб компанії почати експортувати свої товари на зовнішні ринки, їй керівнику потрібно проаналізувати ситуацію за допомогою 5P-аналізу.

Для розв'язання поставлених проблем необхідно використати методи аналізу, дедукції, узагальнення та класифікації. Подальший розвиток аграрної сфери має бути спрямований на створення належних та безпечних умов для поліпшення сільськогосподарського бізнесу. Що містить в собі розподіл ризиків між аграрними виробниками. Такі постанови мають полегшити інтеграцію місцевих товаровиробників на зовнішні ринки.

Отже, вивчення ризиків управління рухом сільськогосподарських товарів на зовнішні ринки дає можливість уникнути втрат та підвищити працездатність даної галузі. Провівши аналіз даної проблеми ми розуміємо як уникнути ризиків при виході на зовнішні ринки.

Література:

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств: Підручник. — 2-ге вид. доп. і перероблене. / В. Г. Андрійчук. — К.: КНЕУ, 2002. -624с.
2. Остапчук А.Д., Вдович В.Г. Мале підприємництво – основа сталого розвитку сільських територій [Електронний ресурс] /А.Д. Остапчук, В.Г. Вдович //Режим доступу: <http://www.nbuu.gov.ua>.

СУТНІСТЬ ОФШОРНОВСЬКИХ ЗОН НА ПРИКЛАДІ «КАРЛИКОВОЇ ДЕРЖАВИ» АНДОРРА

Шматова А.Ю., Янченко Н.В.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,
м. Харків*

Офшорна зона - це країна (або її частина), на території якої діє пільговий або нульовий режим оподаткування. Зазвичай, такі пільги надаються компаніям, які лише зареєстровані в зоні с сприятливим податковим законодавством, а бізнес ведуть за межами території реєстрації.

Список офшорів - це одна з різновидів вільних економічних зон. У різних класифікаціях, пов'язаних з сервізом і вільними економічними зонами, їх особливістю є створення для підприємців унікальних валютно-фінансових, фінансових умов, високого рівня банківської і комерційної секретності.

Князівство Андорра - це маленька держава в Європі. Територія становить 468 км², населення - трохи більше 70 000 чоловік, столиця - Андорра-ла-Велья, державна мова - каталанська, грошова одиниця - євро.

Андорра не відноситься до класичних офшорів, але має досить лояльне оподаткування для Європейських країн. Ставка корпоративного податку для нерезидентних фірм (і для резидентних) становить 10%. Кілька років тому був прийнятий закон, який дозволив іноземцям на 100% володіти бізнесом в Андоррі. За кілька років популярність місцевих компаній підскочила в рази, особливо з боку іспанців і французів. Для деяких видів діяльності передбачається пільгова ставка корпоративного податку в розмірі 2%. До офшорів з управління нематеріальними активами теж є певні вимоги - вони повинні бути податковими резидентами Андорри, а права на активи повинні належати нерезиденту. Офшор повинен мати свій офіс і повинен найняти на роботу мінімум одного співробітника.

Реєстрації компанії в Андоррі - справа не найшвидше і дешево. Це не універсальна юрисдикція, яку можна використовувати в традиційних офшорних схемах, як мінімум через вартість реєстрації та подальшого утримання. Ідеально підходить для організації бізнесу з метою подальшого отримання посвідки на проживання в цій країні.

Література:

1. А. Чашин. Оффшорные зоны: правовое регулирование. – Россия, 2013.
2. В. Канашевский. Правовой режим оффшорных компаний и трастов. – Россия, 2016.
3. Д. Шевчук. Оффшоры: инструменты налогового планирования. – Россия, 2007.

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Шматько Н.М.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Сучасні підприємства знаходяться в край нестабільному середовищі. Постійні зміни у зовнішньому середовищі, а саме підвищення вимог до якості продукції та послуг, активізація діяльності конкурентів, нестабільна політична ситуація вимагають у керівництва підприємств активізації планування діяльності підприємства. Як оперативного так і довгострокового (стратегічного). Тому підприємства звертаються до такого виду планування як бізнес-план. Як правило, в бізнес-план входять основні види планування на підприємстві, але таким чином, що майбутня діяльність була максимально прибутковою і привабливою для інвесторів. Взагалі підприємства відчувають потребу в стверненні бізнес-плану при вирішенні певних питань, як:

1. Одержання кредитів у комерційних банках при заснуванні фірми; 2. Розробка проектів створення нових форм підприємництва - злиття, відкриття представництв, дочірніх підприємств; 3. Залучення іноземних інвестицій для посилення конкурентних переваг фірми на ринку; 4. Приватизація державних підприємств способами, що передбачають складання бізнес-плану [1].

Загальну структуру бізнес-плану створення нової продукції або нового проекту на підприємстві зобразимо на рисунку 1 [2].

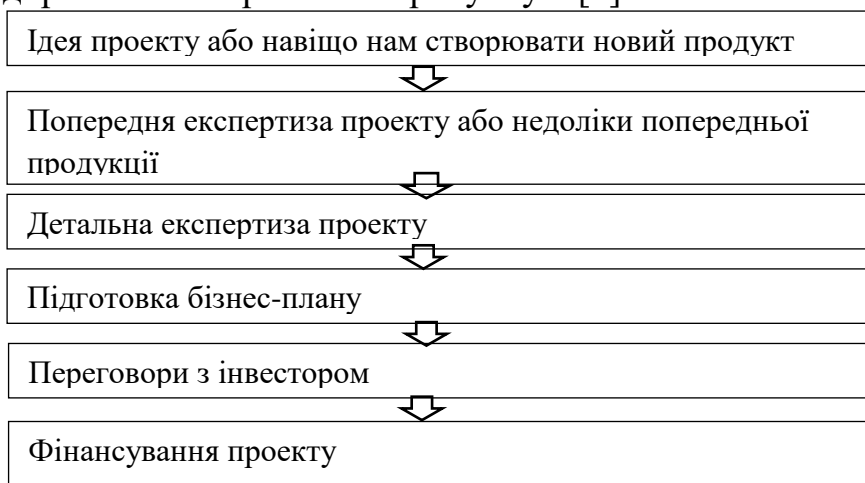


Рисунок 1. Структура і зміст бізнес-плану

Не має чіткої, загально-прийнятої структури та змісту бізнес-плану але є певні правила створення та написання документу.

Література:

1. Бізнес планування в підприємницькій практиці. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://pidruchniki.com/18411014/ekonomika/biznes-planuvannya_pidpriyemnitskiy_praktitsi;
2. Кармінська- Белоброва М. В. Особливості сучасних концепцій управління персоналом / М. В. Кармінська- Белоброва // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 37 (1313). – С. 36-40.
3. Shmatko N. The large-scale economic and industrial systems structural and organizational sustainability ensuring through enterprise engineering methodology / N. Shmatko // Nauka i Studia. – 2018. – № 14 (194). – Р. 3-13.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Шматько Н.М., Брусенцева Г.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

У зв'язку з суттєвими змінами у, не тільки зовнішньому середовищі, а й у внутрішньому, роль персоналу на підприємствах суттєво виросла. Персонал, як носій товарно-грошових відносин, що складаються в процесі формування, розподілу і використання людських ресурсів, є головною продуктивною силою при вирішенні питань конкурентоздатності, економічного зростання і забезпечення ефективної роботи. Таким чином необхідно змінювати та підвищувати ефективності системи управління персоналом з урахуванням змін сучасної ринкової економіки. Є певні властивості існуючих форм і методів роботи з персоналом, тому що управління персоналом, це дуже специфічний, складний та багатогранний процес. Необхідність швидкого пристосування до мінливих умов зовнішнього середовища підсилює потребу в більш високому рівні загальної та професійної освіти, безперервному навчанні працівників, підвищенні їх кваліфікаційно- професійного рівня, розвитку в них здібностей до творчості. Загострення конкуренції на світовому ринку потребує наявності в персоналу організацій саме таких якостей. У цих умовах персонал та його професійно- кваліфікаційний, компетентісний рівень усе частіше стають вирішальним фактором перемоги в конкурентній боротьбі. До того ж, такий персонал забезпечує швидшу адаптацію до мінливих умов зовнішнього середовища. Виділяють основні завдання довготривалого, стратегічного управління персоналом, такі як, впровадження на підприємстві підвищення кваліфікації без відриву від виробництва та розробка стратегії індивідуального навчання. Саме стратегія організаційного навчання може покращити та підвищити ділову активність робітників, підвищить рівень управління знаннями, сформує «здорову» конкуренцію серед працівників (розуміється впровадження такого виду навчання серед кращих працівників). Саме головне, що це прекрасна можливість кар'єрного росту для робітників. Це в сукупності створює етичну компетентність персоналу та «емоційну культуру», які здатні створити сприятливий позитивний клімат у колективі й уникнути конфліктів).

Література:

1. Пожуєва Т.О. Стратегія управління персоналом – один з основних засобів підвищення продуктивності праці / Т.О. Пожуєва // Гуманітарний вісник ЗДІА. Вип 43. 2010. С. 247-254;
2. Shmatko N. The large-scale economic and industrial systems structural and organizational sustainability ensuring through enterprise engineering methodology / N. Shmatko // Nauka i Studia. – 2018. – № 14 (194). – Р. 3-13.
3. Шматько Н. М. Концептуальні засади підтримки стійкості функціонування великомасштабних економіко-виробничих систем / Н. М. Шматько // Економіка розвитку = Economics of development. – 2017. – № 4 (84). – С. 16-27.
4. Пантелєєва І.В. Реалізація задач розрахунків та аналізу техніко-економічних показників теплових електричних станцій, НПВНТУ, № 4, Груд 2017.
5. Олійник Ю.С. Управління енергозбереженням та енергоспоживанням на промислових та господарських підприємств / Ю.С. Олійник // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка – Х.: 2016. Вип. 176 С. 87-88.

РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Шуміло О.С.

Харківський національний університет будівництва та архітектури, м. Харків

Управління економічною безпекою забезпечує стійке функціонування підприємств роздрібною торгівлі у поточній діяльності та розвиток в майбутньому. При цьому, вирішення основних завдань управління економічною безпекою підприємств можливе лише за умов результативних управлінських дій.

Необхідність удосконалення управління економічною безпекою викликає потребу визначення його результативності та застосування при цьому специфічних вимірників. Відзначимо, що результативність управління є специфічним поняттям, зміст якого пов'язаний з економічними категоріями «результативність» та «ефективність». У більшості випадків «результативність» та «ефективність» розглядаються як взаємодоповнюючі категорії, причому якщо результативність – вміння вибрати основну мету, то ефективність – вміння правильно використовувати ресурси для досягнення мети [1].

За результатами компаративного аналізу понять ефективності та результативності управління виокремлено чотири групи: поняття результативності та ефективності управління є незалежними, обумовленими як відношення результату діяльності підприємства до його цілей (результативність) і ресурсів (ефективність); ефективність управління є ступенем його результативності, тобто досягнення намічених цілей, відповідно до витрачених ресурсів; результативність управління характеризує максимальний випуск продукції, а ефективність – співвідношення максимального випуску з мінімальними витратами; результативність управління є одним із вимірів ефективності поряд із економічним виміром. Причому результативність – ступінь досягнення намічених цілей, ефективність – співвідношення результату і витрат.

Таким чином ефективність і результативність управління не є тотожними поняттями. Управління економічною безпекою підприємства роздрібною торгівлі має бути і результативним, і ефективним.

Ураховуючи проведені дослідження щодо сутності поняття економічної безпеки та системи економічної безпеки підприємств роздрібною торгівлі, основних положень концепції управління економічною безпекою підприємств роздрібною торгівлі стверджуємо, що управління економічною безпекою підприємств роздрібною торгівлі є ефективним в разі забезпечення високого рівня економічної безпеки підприємств роздрібною торгівлі та адаптивності системи економічної безпеки в результаті її впливу. Відповідно, результативність управління економічною безпекою підприємств роздрібною торгівлі пропонуємо здійснювати через оцінку ефективності управління.

Література:

1. Бондаренко А. В. О сущности понятий результативность и эффективность в экономике. Научный прогресс на рубеже тысячелетий – 2012: Междун. науч.-практ. конф. URL: <http://www.rusnauka.com>

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ПОСЛУГ ЕЛЕКТРОМОНТАЖУ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Язвінська Т. В.

Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне

На сьогодні у світі ринок послуг вважається більш пріоритетним по відношенню до ринку матеріальних товарів. Це твердження справедливе і стосовно національних ринків, що зумовлено глобалізацією та інформатизацією економіки, а також її євро інтеграційною спрямованістю [1, с. 26].

Складовою ринку будівельних послуг є електромонтажні роботи, що виступають однією з важливих складових житлового та промислового будівництва. Продукт підприємств даної галузі відіграє вирішальну роль у реалізації досягнень науково-технічного прогресу у всіх областях господарства. Електромонтаж є необхідною складовою виробництва. Його розвиток характеризує як рівень розвитку електричних мереж країни, так і забезпечення її безпеки [2, с.100].

Одне із підприємств, що працює на ринку електромонтажу Волинської області є ПП «Вест-Вектор», яке виконує зовнішні та внутрішні монтажні роботи електромереж, монтаж системи СКС, систем кабельного обігріву, систем безперебійного гарантованого електроживлення тощо. Електромонтажні роботи здійснюються висококваліфікованими фахівцями за допомогою професійних матеріалів та інструментів від відомих торговельних брендів.

Підприємство реалізує свою діяльність під впливом найрізноманітніших факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, які впливають на його діяльність. Воно розташоване в обласному центрі, що сприяє формуванню достатньо високої інтенсивності конкуренції. Подібні послуги надаються ще тридцятьма двома підприємствами, котрі являються його прямими конкурентами, але найбільш вагомими є ТзОВ «Волинська електротехнічна компанія», КП «Луцьк світло», ТОВ Електрополус – ІФ. Підприємство надає ще свої послуги у сусідніх Львівській і Рівненській областях, де основним конкурентом є Львівське управління ПАТ «Електро», з яким «Вест-Вектор» мало чисельні протистояння на державних закупівлях і всі рази їх програвало в основному через різницю у ціні.

Таким чином, у Волинській області присутня значна конкуренція на ринку електромонтажних послуг, що є позитивним явищем для їх споживачів, бо сприяє зниженню ринкових цін на такі послуги і підвищенню їх якості. Від менеджменту підприємства така ситуація вимагає моніторингу ринкової ситуації та прийняття адекватних своєчасних рішень в першу чергу стосовно підвищення якості послуг і розширення їх асортименту.

Література:

1. Дейнега І. О. Якісна визначеність послуги в сучасних реаліях трансформаційної економіки. *Науковий вісник ХДУ. Економічні науки*. 2018. Вип. 30. Ч. 3. С. 26– 29.
2. Цивінський К. В. Функціональна структура АСУ електромонтажним виробництвом. *Проблеми інформатизації та управління*. 2010. №4. С.100– 104.

ВНУТРІШНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ВИРОБНИЧИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА

Яковлев В.І.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

На сьогоднішній день на успішне функціонування виробничого потенціалу на підприємстві впливають внутрішні фактори та здатність менеджменту швидко реагувати на виклики. Слід зазначити, що під виробничий потенціал необхідно розуміти систему складових, яка забезпечує виробництво конкурентоспроможної продукції на основі ресурсів підприємства для зміцнення позицій на ринку та потреб споживачів[1]. Для підприємства бажано постійно контролювати фактори, які впливають на фінансово-господарську діяльність. Усі вище перераховані складові мають тенденцію до зміни рівня виробничого потенціалу, але для розуміння кожної складової, необхідно дати характеристику:

Фінансова стійкість підприємства – це стабільний фінансовий стан підприємства, який гарантує його платоспроможність.

Кадровий потенціал підприємства – це виробничі кадри, які мають певні знання та виробничий стаж, який дозволить висококваліфіковане приймати рішення, щодо поліпшення виробничого потенціалу підприємства.

Маркетингова стратегія – це механізм фінансовою та організаційно-виробничих заходів, щодо підвищення конкурентоспроможності компанії, вибору цільового ринку та реалізації продукції, з метою отримання високих прибутків підприємством.

До інноваційної складової відносяться наукові дослідження, розробки та покращення продукції, а також трансформація обладнання підприємства на більш технологічне.

Ефективні управлінські рішення – це рішення, які направлені на удосконалення та підвищення виробничого потенціалу підприємства, які відображаються в показниках фінансово-господарської діяльності.

До виробничих ризиків відносяться ризики пов'язані з виробництвом продукції або у здійсненні будь-яких видів виробничої діяльності.

До інформаційного забезпечення підприємства слід віднести надання необхідної, а також своєчасно достовірної інформації для прийняття ефективних рішень, щодо функціонування підприємства та підвищення конкурентоспроможності його на ринку.

Динамічність виробничої системи – це швидкість виробничих процесів, що утворюють систему з інтегральними та функціональними ознаками.

Отже, як зазначено внутрішні фактори впливають на рівень виробничого потенціалу підприємства. Тому підприємству необхідно дуже багато уваги приділяти стратегічним рішенням щодо управління внутрішніми факторами. Це дозволить контролювати весь процес виробництва та підвищить конкурентоспроможність підприємства на ринку.

ІНОЗЕМНИЙ КАПІТАЛ В ІННОВАЦІЇ ТА PROJECT MANAGEMENT 4.0

Яковлєва-Мельник Н.Г.

Національна металургійна академія України, м. Дніпро

В роботі розглянуті питання доцільності застосування проектного менеджменту 4.0 (Project management, PM 4.0) під час реалізації інноваційних проєктів з іноземними інвестиціями.

Швидкоплинні зміни ХХІ сторіччя всіх сфер життя обумовлюють орієнтованість організацій на споживчу цінність, забезпечення доданої вартості на регулярній, надійній і гнучкій основі. В таких умовах, успіх заснований на прийнятті змін та постійному вдосконаленні, адаптації до мінливих обставин. Звичні довгострокові плани можуть існувати в гнучкому режимі і повинні містити обмежені деталі і фокус на предметах «загальної картини».

Розвиток інвестиційно-інноваційної моделі економіки потребує потужних інвестицій в інновації та ефективних методів управління. Одним з найпопулярніших напрямків проектного управління є PM 4.0, що дозволяє максимально врахувати вимоги сучасності та сприяти розвитку Індустрії 4.0.

Підхід до управління PM 4.0 забезпечує міждисциплінарний аналіз продуктивності та стійкості. Команда по впровадженню проєкту повинна складатися з технічного експерта, соціолога, економіста, спеціаліста з програмного забезпечення та інших експертів. Така ситуація забезпечує оперативну сумісність протягом усього проектного циклу. Різноманітність експертиз передбачає іншу парадигму та перспективу на етапі підготовки проєкту в порівнянні з класичною моделлю. PM 4.0 забезпечить максимальну прозорість використання запозиченого капіталу в інноваційній сфері та зведе ризики до мінімуму.

Гемюнден і Шопер вважають, що в проєктуванні є 12 можливих майбутніх тенденцій менеджменту, п'ять з яких є суттєвими [1]:

- проєктування суспільства – (projectification of societies);
- управління складністю – (coping with complexit);
- транснаціоналізація управління проєктами;
- віртуалізація управління проєктами;
- професіоналізація управління проєктами.

Як видно, більшість цих змін тісно пов'язані з ідеєю оцифрування.

Управління проєктом являє собою методологію організації, планування, керівництва, координації людських і матеріальних ресурсів протягом життєвого циклу проєкту, що спрямована на ефективне досягнення його цілей шляхом застосування системи сучасних методів, техніки і технологій управління для досягнення визначених у проєкті результатів за складом і обсягом робіт, вартістю, часом, якістю.

Література:

1. Gemuenden, H., G. Schoper, Y., G. Future Trends in Project Management. IRNOP Conference, London, U.K. Retrieved May 10, 2019, from: https://www.researchgate.net/publication/303375998_Future_Trends_in_Project_Management.

ECONOMY AND ARCHITECTURE
THE ROLE OF ARCHITECTURE IN PROCESS OF BUILDING THE
ECONOMIC POTENTIAL OF SPACE

Янченко Н.В., Лиссиги Заїнаб
Національний технічний університет
Харківський політехнічний інститут, м. Харків

Introduction: For centuries architecture and the architectural objects constitute the characteristic landscape's elements of the particular land or region. They were built in accordance with a local tradition and inextricably harmonized with it. They were a vivid illustration of the given culture's achievements, they constitute the aesthetics and engineering accomplishments of their time. Architecture demonstrated the power of a land or a sovereign, emphasized their economic and political position (Fig. 1,2,3). Through ages a role of architecture was subject to slight modifications however its essential aim of manifesting the mankind's progress retained.

Nevertheless in last few decades a distinct transformation took place. Architecture is not only the reflection of the current state but it became an instrument in process of creating yet unexciting – but carefully planned in marketing strategies – economic potential of a space. My research is carried out in-between two distant science disciplines - economy and architecture. On account of an importance of social and economic effects of the relation between architecture and marketing, the research is expected to generate the valuable practical findings. From the economic point of view the space can be treated as a product that fights for appearing in tourists', potential inhabitants' and investors' consciousnesses. The space treated as the object of demand and supply becomes an element in a marketing game and to be an economic value it can not be formed accidentally. The architecture should be one of the marketing devices. For the purpose of redefining the role of architecture in contemporary economics the international exchange of ideas and reflections on scientific and academic level is essential. This article starts where the current discussions about the architecture end. Its origins draws from opportunities established by the global fusion of cultures and economies. Its aim is to inspire the policy-makers to look for the critical frames and strategic perspectives that go beyond the moral discourse limits trapped in the stylistic debates areas.

ВДОСКОНАЛЕННЯ БІЗНЕС-ІНКУБУВАННЯ ДЛЯ ЗБІЛЬШЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ІНІЦІАТИВ

Яцина В. В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Сучасний етап розвитку українського підприємництва характеризується активним впровадженням новітніх систем господарювання у здійснення бізнес-процесів. Пошук та функціонування стартап проектів постійно зростає. Основною метою створення бізнес-інкубаторів є надання підтримки новому суб'єкту підприємницької діяльності з метою полегшення просування його на ринок. В умовах відсутності достатньої державної підтримки малого бізнесу створення таких структур є досить актуальним та вкрай важливим для сучасної підприємницької інфраструктури.

Міжнародний досвід функціонування бізнес-інкубаторів є досить вражаючим, що підкреслює їх ефективність. Так, на думку багатьох науковців основна роль інкубації бізнесу полягає в стимулюванні бажання людини та створення сприятливих умов щодо відкриття власної справи, всіляка підтримка новаторських ідей і т. ін. Головний акцент у діяльності бізнес-інкубаторів здійснюється на процесі стимулювання розвитку місцевої і регіональної економіки та створення робочих місць.

Сьогодні у світі ефективно функціонує понад 4000 офіційно зареєстрованих бізнес-інкубаторів, але на жаль, в Україні їх кількість не перевищує 30. Це обумовлено низкою причин, серед яких можна виділити наступні:

- недостатньо врегульований та невизначений правовий статус бізнес-інкубаторів щодо регулювання їх діяльності;
- відсутність ефективної фінансової підтримки з боку держави та приватних інвесторів;
- недосконалість методичної бази та нечітке окреслення сфер дії;
- неякісний механізм підготовки компетентного персоналу для забезпечення кадрового потенціалу інкубованих фірм;
- недовіра новітніх бізнесменів до бізнес-інкубаторів;
- ігнорування зарубіжного досвіду щодо ефективного та поступового впровадження інкубаторів у сучасне бізнес-середовище;
- недієвий інструментарій щодо підтримки стартапів.

Подолання існуючих перешкод дозволить сучасним підприємцям впевнено впроваджувати свої підприємницькі ініціативи у господарську діяльність, що безпосередньо вплине на зміцнення економіки України та підвищення рівня її інвестиційної привабливості. Водночас, варто зауважити, що необхідним елементом позитивних результатів у цьому напрямку є дієві кроки держави щодо реалізації економічної стратегії створення інноваційних форм ведення бізнесу.

**СЕКЦІЯ 15. НАВКОЛОЗЕМНИЙ КОСМІЧНИЙ ПРОСТІР.
РАДІОФІЗИКА І ІОНОСФЕРА**

**USING DATABASE MANAGEMENT SYSTEM IN THE SOFTWARE FOR
PROCESSING INCOHERENT SCATTER RADAR DATA**

Bogomaz O.V.

Institute of Ionosphere, Kharkiv

Software for incoherent scatter radar (ISR) data processing developed in the Institute of ionosphere includes UPRISE and UPRISE2 packages [1, 2]. The first one is evolving since 2013. It is written in FreeBASIC programming language and currently consists of 18 independently working programs for viewing and processing initial radar data as well as estimating ionospheric plasma parameters. The second package (UPRISE2) is written in Java and contains several entry points. This allows implementing different scripts for data processing, for example, for Kharkiv ISR (Ukraine) or MU radar (Japan) [3]. Another well-established feature of the UPRISE2 is using a database management system (DBMS) for storing, filtering and sorting intermediate results of the ISR data processing. SQLite DBMS was chosen due to such advantages as portability and compact size. Besides it doesn't need installing and configuring on user PC. Work with data is carried out by executing SQL queries. It is possible to create tables (with time, altitude, lag and correlation function value columns) that correspond to processing steps, insert data to these tables, get height profiles, temporal variations and correlation function for given time moment and altitude.

Implementing procedures using SQLite into UPRISE package will extend its abilities and reduce memory usage (currently all intermediate results are loaded into RAM).

References:

1. Богомаз А. В., Котов Д. В. Пакет программ нового поколения для обработки данных радаров некогерентного рассеяния Unified Processing of the Results of Incoherent Scatter Experiments (UPRISE) // Вестник Национального технического университета «Харьковский политехнический институт». Серия: «Радиофизика и ионосфера». – 2013. – № 28 (1001). – С. 29–37.
2. Bogomaz O., Kotov D., Panasenko S., Emelyanov L. Advances in software for analysis of Kharkiv incoherent scatter radar data // 2017 IEEE International conference of information-telecommunication technologies and radio electronics (UkrMiCo'2017) / Materials of scientific and technical conference. – Kyiv: Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, 2017. – P. 531–535.
3. Panasenko S. V., Kotov D. V., Bogomaz O.V., Otsuka Y., Yamamoto M., Hashiguchi H., Emelyanov L. Ya., Domnin I. F. Results of joint ionospheric measurements with Kharkiv incoherent scatter and MU radars during near-equinox and solstice periods // 12-th MU Radar / Equator Atmospheric Radar Symposium. – September 5 – 6, 2018. – RISH, Kyoto University, Uji Campus. – Uji, Kyoto, Japan, 2018. – P. 67–69.

THEORETICAL SIMULATION OF THE INFLUENCE OF WINDS AND GAS DENSITIES OF NEUTRAL ATMOSPHERE ON THE FORMATION OF SEASONAL VARIATIONS OF ELECTRON DENSITY OF F2 REGION

Grinchenko S.V.

Institute of Ionosphere, Kharkiv

The results of theoretical simulation show that the density of atomic oxygen O and the wind of neutral atmosphere are the dominant factors determining the seasonal difference of electron density in the F2 layer. The neutral wind determines the seasonal difference of altitude of electron density maximum in the F2 layer.

The calculations were carried out on the days of winter and summer solstices at local time 12.00 for quiet geomagnetic conditions. The level of solar activity for these calculations was characterized by Covington index of 100.

The height scale of neutral gases in winter is less than in summer. The predominant neutral gas at the altitudes of the F2 region is atomic oxygen O. Further to this, at altitude of 200 km the winter value of atomic oxygen O density exceeds the summer one by 1.66 times, and at an altitude of 250 km it is 1.29 times.

According to the results of theoretical calculations of the altitude profile of electron density, the winter value of the electron density at the maximum of the F2 layer ($0.897 \cdot 10^6 \text{ cm}^{-3}$) is greater than the summer one ($0.819 \cdot 10^6 \text{ cm}^{-3}$). At the same time, the altitude of the main maximum in winter is less than in summer (236 km and 295 km, respectively).

We studied the influence of isolated factors on the formation of the profile, such as zenith angle, temperature of neutral gases, density of neutral gas, and neutral wind velocity.

Summer values of the neutral gas density undervalue the results of theoretical calculation of electron density at the maximum of the F2 layer in winter, and winter values of the neutral gas density overvalue the results of the summer calculation by about 1.75 times. The larger values of atomic oxygen contribute to larger values of electron density.

The effect of a winter decrease of electron density due to a change of Sun zenith angle is of about 10%.

Summer values of the meridional neutral wind overvalue the results of theoretical calculation of electron density of the F2 layer in winter, and winter values of the meridional wind undervalue the results of summer calculation by about 1.51 times.

РОЗРОБКА АЛГОРИТМІЧНОГО І ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ПІДСИСТЕМИ ПРИЙОМУ, ЗАПИСУ ТА ОБРОБКИ НА ПРОМІЖНІЙ ЧАСТОТІ НЕКОГЕРЕНТНО РОЗСІЯНОГО СИГНАЛУ

Ємельянов Л. Я., Мірошніков А. Є.

Інститут іоносфери НАН і МОН України, м. Харків

Підсистема прийому, запису та обробки НР сигналу на проміжній частоті (ПЧ) була розроблена і впроваджена в складі радара НР з метою розширення його можливостей і підвищення точності вимірювання параметрів іоносфери.

Впровадження такої підсистеми, що працює в режимі реального часу з великим об'ємом даних і вимагає високої швидкодії, дозволив сучасний рівень обчислювальної техніки. Підсистема оперує даними, які оцифровані з частотою близько 4 МГц безпосередньо на виході підсилювача ПЧ радіоприймального пристрою. Імпульси опитування АЦП формуються з сигналу синхронного гетеродина. Їхня частота слідування в 4 рази більше середньої частоти спектра сигналу на ПЧ при доплеровській добавці, що дорівнює нулю, тобто при відсутності радіального руху іоносферної плазми.

Метою роботи є розробка гнучкого алгоритмічного і програмного забезпечення, що дозволяє оцінювати параметри виділеного на ПЧ НР сигналу і параметри іоносфери.

Робота з сигналом на ПЧ включає наступні етапи:

запис: оцифрування і запис вибірок сигналу на ПЧ для всіх радіолокаційних розгортки протягом кожного сеансу вимірювань тривалістю 1 хвилина з можливістю їх розміщення в базі даних;

контроль: перегляд записаних даних у вигляді радіолокаційних розгортки;

обробка: оцінка ординат набору кореляційних функцій сигналу на виході приймача, відбракування перешкод, усереднення за часом, визначення параметрів НР сигналу виключенням апаратного і космічного шуму, урахування апаратних факторів, обчислення параметрів іоносферної плазми.

Для контролю роботи підсистеми і оцінки якості вимірювань була розроблена програма перегляду даних на ПЧ. Програма дозволяє вивести на екран довільну ділянку будь-якої радіолокаційної розгортки, а також потужність суміші корисного сигналу і шуму. Передбачена можливість вибору одиниці шкали абсцис у вигляді номера вибірки сигналу, часу радіолокаційної затримки або відповідної йому висоти.

Розроблена програма обробки дозволяє оцінити ординати кореляційної функції НР сигналу з необхідним кроком за висотою і затримкою з урахуванням імпульсного об'єму розподіленої цілі і характеристики антенного комутатора, провести необхідне часове накопичення з автоматичним видаленням когерентних завад. Розраховані програмою значення параметрів НР сигналу та іоносфери зберігаються у файлах текстового формату для подальшої обробки і візуалізації.

Програмне забезпечення розроблено з використанням вільно поширюваного компілятора FPC мови програмування Object Pascal і дозволяє скомпілювати програму для всіх популярних платформ.

ВАРИАЦИИ ВЕРТИКАЛЬНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ СКОРОСТИ ДВИЖЕНИЯ ИОНОСФЕРНОЙ ПЛАЗМЫ НА ФАЗАХ СПАДА И МИНИМУМА 24 ЦИКЛА СОЛНЕЧНОЙ АКТИВНОСТИ

Емельянов Л. Я.

Институт ионосферы НАН и МОН Украины, г. Харьков

С помощью радара НР Института ионосферы проведены регулярные измерения вертикальной составляющей скорости движения ионосферной плазмы V_z совместно с другими ионосферными параметрами в период 2015–2019 гг. Скорость определяется по измеренным корреляционным функциям НР сигнала одновременно для ряда высот ионосферы. В описываемые периоды измерений погрешность V_z в зависимости от высоты, времени суток и состояния ионосферы составляла 1–30 м/с для высот 200–600 км при умеренной солнечной активности (СА) и 200–400 км при низкой СА.

Особенностью 24-го цикла СА (начало в январе 2009 г.) является то, что он отличается от предыдущих циклов умеренной активностью в его максимуме. В рассматриваемые периоды измерений, проводимых на радаре НР, индекс СА $F_{10.7}$ составлял около 130, 90 и 70 Вт/(м²·Гц) в начале спада СА (2015 г.), его середине (2016 г.) и в минимуме СА (2017–2019 гг.) соответственно.

Рассмотрены аппаратные и методические особенности определения V_z методом НР в условиях низкой СА. Представлены результаты тестирования методик и аппаратуры.

Приведены результаты измерений скорости плазмы: высотные, временные и сезонные вариации вертикальной скорости плазмы. В основном они были получены в периоды с низкой геомагнитной активностью. В отдельные периоды измерений были геомагнитные и ионосферные возмущения.

Основные результаты анализа вариаций V_z следующие.

В дневное время летом величина скорости нисходящего потока меньше летом, чем зимой. Отличие зависит от уровня СА. При умеренной СА такое отличие меньше, чем при ее минимуме. Также близки суточные вариации V_z в периоды весеннего и осеннего равноденствий.

В ряде случаев наблюдается утренний экстремум суточной вариации V_z (уменьшение величины модуля скорости нисходящего ($V_z < 0$) движения плазмы, изменение направления движения плазмы на восходящее ($V_z > 0$) и увеличение модуля V_z). Реже наблюдается вечерний экстремум (увеличение скорости нисходящего движения). С ростом высоты амплитуда экстремума увеличивается. Появление и окончание этих вариаций V_z связано с временем восхода и захода Солнца на соответствующих высотах.

В начале спада СА зимний и весенний утренний экстремум, наблюдаемый на высотах >300 км, более выражен, чем при низкой СА. При низкой СА утренний экстремум наблюдается летом на всех высотах, осенью – выше 300 км, а весной и зимой – выше 400 км.

Анализ высотных профилей V_z показал, что в районе местного полудня высота изменения движения плазмы от нисходящего к восходящему больше в начале спада СА (по сравнению с периодом низкой СА). Для весеннего равноденствия и летнего солнцестояния абсолютная величина скорости нисходящего движения плазмы также больше при умеренной СА.

**СОВМЕСТНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КРИТИЧЕСКОЙ ЧАСТОТЫ
СЛОЯ F2 ИОНОСФЕРЫ УКРАИНСКОЙ АНТАРКТИЧЕСКОЙ
СТАНЦИЕЙ UAS И МИЛЛСТОУН ХИЛЛ-ИОНОЗОНДОМ
10 ИЮНЯ 2017 ГОДА**

Живолуп Т. Г.

Институт ионосферы НАН и МОН Украины, г. Харьков

Большой интерес в изучении области F2 ионосферы представляют временные вариации критической частоты foF2 слоя F2 в средних и высоких широтах в магнито-сопряженных точках.

Целью данной работы является анализ вариаций критической частоты слоя F2 среднеширотной и авроральной ионосферы, имевших место 10 июня 2017 года в магнито-сопряженных точках: UAS (65°15' ю.ш., 295°45' в.д.) и Миллстоун Хилл (42°36' с.ш., 288°30' в.д.).

10 июня 2017 года солнечная активность была низкой: индекс солнечной активности F10,7 имел значение 75. Планетарный суточный индекс геомагнитной активности Ap 10 июня 2017 года имел значение 4, высокоширотный индекс A был равен 2. Трехчасовой планетарный Kp-индекс 10 июня 2017 года имел значение 1, а высокоширотный индекс K был равен 1 и 0, т. е. 10 июня 2017 года было абсолютно спокойным днем, как и предшествующий день 9 июня 2017 года.

В результате анализа временных зависимостей foF2(t), полученных на временном интервале 00:15 – 23:45 UT по данным ионозондов UAS и Миллстоун Хилла в спокойные сутки 10 июня 2017 года, было обнаружено, что временной ход foF2 для Миллстоун Хилла имеет один явно выраженный максимум в 13:30 UT, в то время как временной ход foF2 для UAS имеет два явно выраженных максимума в 14:45 и 17:00 UT.

Также было обнаружено, что в спокойный день 10.06.2017 значения foF2 для Миллстоун Хилла превышают значения foF2 для UAS на всем временном интервале совместных наблюдений 00:15 – 23:45 UT. Значение foF2 для Миллстоун Хилла в 13:30 UT превышает значение foF2 для UAS на 3.56 МГц (в 2.32 раза), значение foF2 в 16:00 UT – на 1.96 МГц (в 1.61 раза), значение foF2 в 17:00 UT – на 0.54 МГц (в 1.12 раза), а в 20:15 UT – на 2.7 МГц (в 2.2 раза).

В спокойный день 10.06.2017 в Миллстоун Хилле после захода Солнца (в 00:23 UT) наблюдалось постепенное уменьшение foF2 с течением времени от 6.4 МГц в 00:30 UT до ее минимума 2.75 МГц, который наблюдался с 08:15 до 08:45 UT. После восхода Солнца (в 09:06 UT) foF2 увеличивалась до своего максимума 6.26 МГц, который наблюдался в 13:30 UT. Кроме того, после восхода Солнца в Миллстоун Хилле из-за влияния солнечного терминатора наблюдался квазипериодический колебательный процесс foF2 с небольшой амплитудой, как и в ионосфере над UAS.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФОТОЕЛЕКТРИЧНИХ ПАНЕЛЕЙ

Козлов С.С., Осіпова А.В.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Мета розробки – створення автоматичної системи, яка змінюватиме кут нахилу сонячних панелей при зміні положення Сонця.

Актуальність роботи полягає у тому, що заміна традиційних джерел енергії відновлюваними джерелами є актуальним для всього світу, зокрема і для України. Одними з найбільш використовуваних таких джерел є сонячна енергія, що перетворюється на електричну за допомогою систем фотоелектричних перетворювачів. Порівняно невисокий коефіцієнт корисної дії і вартість таких систем уповільнюють їхнє поширення. Створення системи управління ефективністю фотоелектричного перетворювача спонукатиме до їх ширшого використання.

В роботі розглянуто основні способи покращення видобутку сонячної енергії та підвищення ефективності використання сонячних панелей. Розроблені пристрій для зміни орієнтування сонячної панелі (сонячний трекер) та пристрій для перетворення електроенергії з високим, порядку 0,95, ККД.

Сонячний трекер побудован на платформі ARDUINO Nano, та має два виконуючих елемента, що дозволяє змінювати кут нахилу сонячної панелі по двом осям. Розроблено структурну схему і алгоритм функціонування пристрою.

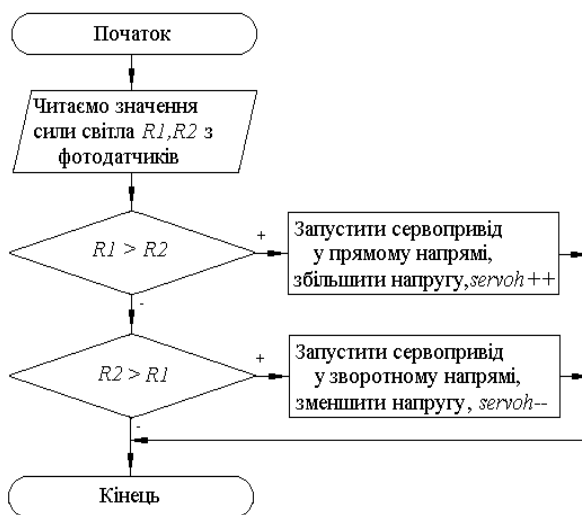


Рисунок 1- Блок-схема програми для реалізації сонячного трекера на основі Arduino

Розробка і впровадження даних пристроїв має техніко-економічний сенс, так як вони мають високі експлуатаційні якості, більш низьку в порівнянні з аналогами вартість.

В результаті розрахунків з'ясовано, що використання сонячного трекера дає приріст у виробленні електроенергії до 42%.

МІКРОПРОЦЕСОРНА СИСТЕМА КОНТРОЛЮ СТАНУ КЛІМАТУ У ПРИМІЩЕННІ НА БАЗІ ARDUINO

Левон О.О., Мірошніков П.П.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

На сьогоднішній день в світі розроблені і впроваджені сотні різних систем автоматизації. Але, по-перше, вони малозастосовні в Україні без адаптації, так як розроблені з урахуванням європейських або американських стандартів керування. По-друге, практично не існує підтримки подібних рішень в Україні, автоматизація є тривалим і трудомістким процесом, що вимагає постійної участі предметного фахівця, розробника і постачальника обладнання.

При цьому складність полягає у тому, що ці системи (наприклад, системи клімат-контролю приміщення, чи системи “розумного будинку”) встановлюють комплектом, по заздалегідь підготовленій інженерно-архітектурній концепції, з якою не повинно бути розбіжностей.

Усі ці чинники в цілому роблять систему контролю стану клімату у приміщенні недоступною для величезної частини споживачів, так як у більшості немає коштів для покупки цілого комплексу систем.

Створена мікропроцесорна система контролю стану клімату у приміщенні дозволяє проводити моніторинг параметрів мікроклімату за допомогою датчиків, відображати значення параметрів у текстовому та графічному вигляді на OLED-дисплеї та здійснювати керування нагрівальним пристроєм для підтримки комфортних умов у приміщенні. Проведено аналіз існуючих рішень, визначено параметри мікроклімату, необхідні для контролю. Обрано апаратну платформу для проектування та створено програмний додаток для керування.

Для створення апаратної частини була використана платформа Arduino Nano. Програмування мікроконтролера відбувається у середовищі Arduino IDE через USB-порт. Обрано типи датчиків, що можуть бути використані у системі. Так, наприклад, вимірювання температури проводиться цифровими датчиками типу DS18B20, що підключаються до Arduino за допомогою шини 1-Wire. Для роботи з цими датчиками використовується високорівнева бібліотека DallasTemperature.

Представлено результати проектування. Розроблений алгоритм роботи системи керування здійснює підтримку параметрів мікроклімату приміщення у заданому діапазоні.

РЕГИОНАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ИОНОСФЕРЫ CERIM ПОН: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Ляшенко М.В., Искра Д.А.

Институт ионосферы НАН и МОН Украины, г. Харьков

Моделирование пространственно-временных вариаций параметров ионосферы является одной из актуальных задач современной геофизики. Актуальность таких исследований обусловлена тем, что для бесперебойной работы различных наземных и спутниковых радиоэлектронных средств необходимо иметь достоверные сведения о состоянии среды, параметры которой существенно влияют на условия распространения радиоволн. Как известно, состояние ионосферы, определяется вариациями параметров космической погоды. Получение актуальной информации о состоянии ионосферы путем экспериментальных исследований над конкретным регионом зачастую может быть ограничено в виду отсутствия средств зондирования в данном месте наблюдений. В этом случае, для описания состояния ионизированной среды используют ряд глобальных эмпирических и теоретических моделей ионосферы и атмосферы.

Несмотря на существенный прогресс в области ионосферного моделирования, расчеты по глобальным моделям не всегда точно воспроизводят реальное состояние ионосферы. Причем имеют место не только количественные, но и качественные различия в распределении основных параметров ионосферной плазмы в конкретных гелиогеофизических условиях при сравнении с экспериментальными данными. В этом случае, решить проблему повышения точности глобальных моделей ионосферы можно путем построения и дальнейшего развития региональных моделей ионосферы.

Региональная модель CERIM ПОН, созданная в Институте ионосферы, представляет собой полуэмпирическую (гибридную) модель. Эмпирическая часть модели построена на основе экспериментальных данных радара некогерентного рассеяния и ионозонда в Харькове, полученных больше чем за три цикла солнечной активности. Данная часть модели позволяет получить основные параметры ионосферы – концентрацию электронов, температуры заряженных частиц, а также вертикальную составляющую скорости переноса плазмы. Теоретическая часть модели, используя известные теоретические соотношения, рассчитывает параметры динамических и тепловых процессов в ионосферной плазме. Диапазон высот – от 200 до 750 км. Модельные расчеты справедливы для магнитоспокойных условий (индекс $K_p \leq 3$).

В работе представлена архитектура региональной модели ионосферы CERIM ПОН, приведены входные и выходные параметры. Представлена компьютерная версия модели CERIM ПОН для расчета основных параметров слоя F2 ионосферы. Приведены результаты моделирования и сравнения с экспериментальными данными и расчетами по глобальной модели ионосферы IRI-2016. Рассмотрены перспективы развития региональной модели CERIM ПОН в рамках создания украинской службы прогнозирования космической погоды.

МОДЕЛИРОВАНИЕ КОНЦЕНТРАЦИИ ЭЛЕКТРОНОВ В ПЛАЗМОСФЕРЕ ПРИ ВЫСОКОЙ СОЛНЕЧНОЙ АКТИВНОСТИ

**Медведева Л.Г.¹, Котов Д.В.^{1,2}, Шульга М.А.^{1,2}, Богомаз А.В.^{1,2},
Ричардс Ф.Г.³**

*¹Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»,*

²Институт ионосферы НАН и МОН Украины, г. Харьков

³Университет Алабамы в Хантсвилле, г. Хантсвилль, США

В ближайшей к Земле внутренней части магнитосферы расположена область холодной плазмы со сравнительно высокой концентрацией, называемая плазмосферой. Плазмосфера располагается непосредственно над ионосферой, которая питает плазмосферу ионами H^+ и электронами. Количество плазмосферных ионов зависит от количества нейтральных атомов H в атмосфере.

В данной работе мы моделируем концентрацию электронов в плазмосфере на больших высотах (~ 7000 км, что соответствует вершине линии магнитного поля, которая начинается в Харькове) в условиях спокойной космической погоды ($K_p < 3-4$) при высокой солнечной активности ($F_{10.7} = 200$) в период 26-28 апреля 2001 года.

Мы моделируем концентрацию электронов в плазмосфере, используя для моделирования измеренные вариации высоты максимума ионосферы $h_m F_2$ и температуры электронов во внешней ионосфере T_e в качестве граничных условий для физической модели системы ионосфера-плазмосфера FLIP (The Field Line Interhemispheric Plasma). Главным инструментом для получения необходимых параметров ионосферы был радар некогерентного рассеяния Института ионосферы, находящийся вблизи г.Змиїв.

ВИЯВЛЕННЯ РУХОМИХ ІОНОСФЕРНИХ ЗБУРЕНЬ РІЗНИХ ПРОСТОРОВИХ І ЧАСОВИХ МАСШТАБІВ ЗА ДАНИМИ ГУСТИХ GPS МЕРЕЖ

Панасенко С. В.¹, Отсука Ю.², Тсугава Т.³

¹Інститут іоносфери НАН і МОН України, м. Харків

²Інститут досліджень навколоземного середовища, м. Нагоя, Японія

*³Національний інститут інформаційно-комунікаційних технологій,
м. Токіо, Японія*

В наші часи широкого поширення та застосування набули глобальні навігаційні супутникові системи (ГНСС). Однією з постійно діючих ГНСС є NAVSTAR GPS (англ. NAVigation Satellites providing Time And Range; Global Positioning System – навігаційні супутники, що забезпечують вимірювання часу та відстані; глобальна система позиціонування), що часто називають GPS. Важливим застосуванням ГНСС є дистанційна діагностика та моніторинг стану іоносферної плазми. При цьому, завдяки випромінюванню сигналів на двох частотах, можна отримати значення повного електронного вмісту (ПЕВ або ТЕС) вздовж напрямку від приймача на супутник (скісний ПЕВ або STEC). За останні два десятиріччя кількість GPS приймачів суттєво зростає. Це дозволило утворити густі мережі, що покривають території Західної та Північної Європи, США, Японії та Нової Зеландії. Наявність таких мереж надало можливість досліджувати не тільки добові, а й більш короткоперіодичні нерегулярні та хвильові варіації ТЕС, а також оцінювати їх характеристики.

Нами розроблено нові методики виявлення рухомих іоносферних збурень (РІЗ), що мають різні часові та просторові масштаби, з використанням даних густих GPS мереж. Показано, що для видалення довгоперіодичних варіацій STEC для кожної з пар приймач – супутник бажано використовувати метод найменших квадратів 3-го порядку замість методу простого ковзного середнього. Це дозволяє суттєво зменшити похибки оцінки параметрів хвильових процесів особливо на інтервалах часу, де значення STEC зазнають суттєвих змін. Показано необхідність застосування інтерполяції часових варіацій вертикального ТЕС після видалення тренду dTEC, щоб усунути пропуски даних, а також зробити можливим використання спектрального аналізу та смугової фільтрації. Для розділення РІЗ на середньо- та великомасштабні запропоновано проведення двовимірної фільтрації результатів у просторовій області з усередненням даних, пов'язаних з підіоносферними точками, що опиняються всередині кіл радіусами 200 і 1000 км. Показано, що така методика дозволяє більш точно визначити вектор горизонтальної фазової швидкості хвиль, що часто має не тільки різну абсолютну величину, а й різний напрямок для середньо- та великомасштабних збурень з близькими періодами.

Розроблені методики показали свою ефективність під час виявлення та оцінки характеристик переважаючих РІЗ над Західною Європою, викликаних повним сонячним затемненням 20 березня 2015 р.

СПОСІБ ВИЗНАЧЕННЯ У МЕТОДІ НЕКОГЕРЕНТНОГО РОЗСІЯННЯ ГОРИЗОНТАЛЬНОЇ СКЛАДОВОЇ ШВИДКОСТІ ШТУЧНИХ КОСМІЧНИХ ОБ'ЄКТІВ

Пуляєв В.О., Ємельянов Л.Я., Чепурний Я.М., Мірошніков А.Є.
Інститут іоносфери НАН і МОН України, м. Харків

Мета розробки – реалізація способу виділення і аналізу на фоні сигналу некогерентного розсіяння (НР) когерентних відбиттів від штучних космічних об'єктів з подальшим визначенням їх швидкості у горизонтальному напрямку.

Згідно з методикою, запропонованою в [1], пристрій обробки радара НР може розраховувати значення обвідної прийнятих сигналів відбиття від штучних космічних об'єктів (з використанням двох сусідніх відліків, що представляють собою квадратурні складові). Використання цих відліків дає можливість визначати миттєве значення фаз, і по різниці фаз у сусідніх періодах, спричиненій ефектом Доплера, вилічити радіальну (вздовж променя) складову швидкості руху як плазми, так і штучних космічних об'єктів [2].

Подальші дослідження показують, що аналіз часу перетину цими об'єктами діаграми спрямованості антени радара НР дозволяє розраховувати їх швидкість, пов'язану також і з горизонтальним, уздовж поверхні Землі рухом. Для цього в середині двовимірного масиву напруг, прийнятого за час сеансу, в координатах “висота-розгортки” виділяються ті m розгорток, продовж яких на висоті h на фоні сигналу некогерентного розсіяння присутнє контрастне когерентне відбиття сигналу від космічного об'єкту. Кількість цифрових відліків вздовж розгорток у цьому випадку залежить від тривалості відбиття і становить n , які дозволяють квадратурні значення напруг перетворити в обвідні (потужності) цих сигналів.

Наступне стискання в один відлік n значень обвідної, причому окремо в кожній із m розгорток, дає можливість отримати узагальнену криву потужності відбиття в якості функції від номеру розгортки. Аналіз цієї кривої дозволяє виділити на ній часовий інтервал Δt , впродовж якого її значення перевищують рівень половинної потужності, максимальне значення якої пов'язане з моментом прольоту об'єкту через центр діаграми спрямованості антени. В результаті горизонтальна складова швидкості руху об'єкту визначається як $V_{\Gamma} = \Delta d / \Delta t$ (1), де Δd – ширина на висоті h діаграми вертикально спрямованого променя антени. У разі ж використання антени з похилим променем, у виразі (1) при визначенні Δd легко враховується поправка на кут його нахилу до горизонту.

Література:

1. Пуляєв В.О., Ємельянов Л.Я., Рогожкін Є.В., Мірошніков А.Є. Спосіб визначення висотного розподілу радіальної складової швидкості руху плазми методом НР // Патент України на корисну модель №131859 від 11.02.2019 р. Бюл. № 3/2019. 2. Спосіб визначення за допомогою радарів НР радіальної складової швидкості руху штучних космічних об'єктів / Пуляєв В. О., Ємельянов Л.Я., Рогожкін Є.В.// Патент України на корисну модель № 138959 від 10.12.2019 р., Бюл. № 23/2019.

Наукове видання

**ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ:
НАУКА, ТЕХНІКА, ТЕХНОЛОГІЯ, ОСВІТА, ЗДОРОВ'Я**

**Тези доповідей
XXVIII МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
MicroCAD-2020**

**У п'яти частинах
Ч. III.**

Укладач

проф. Лісачук Г.В.

Відповідальний секретар

Кубрак К.М.

Формат видання 60x84/16. Ум. друк. арк. 20,40 Тираж 100 прим.

Виготовлювач ТОВ «ПЛАНЕТА-ПРІНТ»
вул. Багалия, 16, м. Харків, 61002,
свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4568 від 17.06.2013.