

МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГВАРДІЇ УКРАЇНИ

ФАКУЛЬТЕТ ЛОГІСТИКИ

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ
ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ
ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ
У СУЧАСНИХ УМОВАХ
ГОСПОДАРЮВАННЯ**

**електронне видання
Збірник тез доповідей**

**ДЕСЯТА МІЖВУЗІВСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ**



*26 листопада 2020 року
м. Харків*

УДК 656.2

Оргкомітет конференції

Голова оргкомітету:

Перший заступник начальника Національної академії Національної гвардії України з навчально-методичної роботи, генерал-майор, доктор технічних наук, професор, заслужений працівник освіти України ***Морозов О.О.***

Заступники голови оргкомітету:

Начальник факультету логістики Національної академії Національної гвардії України, полковник, кандидат військових наук, старший науковий співробітник, полковник ***Єманов В.В.***

Завідувач кафедри менеджменту та військового господарства Національної академії Національної гвардії України, кандидат економічних наук, доцент ***Черкашина М.В.***

Члени оргкомітету:

Професор кафедри менеджменту та військового господарства Національної академії Національної гвардії України, доктор філософії економічного напрямку, доцент, Заслужений працівник освіти України ***Науменко М.О.***

Професор кафедри менеджменту та військового господарства Національної академії Національної гвардії України, доктор економічних наук, доцент ***Фісун К.А.***

Старший викладач кафедри менеджменту та військового господарства Національної академії Національної гвардії України ***Герасименко В.М.***

Відповідальний секретар оргкомітет

Завідувач лабораторії кафедри менеджменту та військового господарства Національної академії Національної гвардії України ***Бабіч Л.В.***

Адреси оргкомітету: 61001, м. Харків, майдан захисників України, 3, Національна академія Національної гвардії України, факультет логістики.

Телефон: 057- 739-26-32, електронна адреса: kafedra_10@ukr.net.

Доповіді відтворені безпосередньо з авторських оригіналів. За достовірність представлених результатів відповідальність несуть автори.

Друкується за рішенням Вченої ради Національної академії Національної гвардії України. Протокол № 29 від 25.11.2020 р.
(<http://nangu.edu.ua>).

ЗМІСТ

Бабич Р.В., Євсєєв. О. С. Вибір оптимальної програми для створення 3-д зображень	9
Бобко Н.А. Оцінювання стану та ефективності використання основних засобів підприємства	11
Борисенко І.І. Шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності потенціалу підприємства	13
Браткевич В.В., Пихова М.О. Ієрархічна модель вибору технології розробки 3D поверхонь	16
Бурменко О. А., Мінченко А. В. Підвищення ефективності системи управління персоналом	18
Величко Л.А. Планування стратегії розвитку та її роль у досягненні мети підприємства	20
Герасименко В.М., Бречко П.Г. Дослідження ефективності роботи підприємства	21
Герасименко В.М., Величко Д.О. Управління системою якості виробництва продукції на підприємстві ресторанного господарства	22
Герасименко В.М., Косяк О.І. Розробка стратегії розвитку підприємства ресторанного господарства	24
Герасименко В.М., Легкодух Р.М. Шляхи підвищення якості обслуговування на підприємстві ресторанного господарства	25
Гончаренко Н. Г., Замковий Я. В. Управлінські рішення в системі менеджменту підприємств	26
Гончаренко Н. Г., Зубов Д. В. Інформаційна складова в системі управління маркетинговою діяльністю підприємства	28
Гончаренко Н. Г., Піддубний Ю. Г. Стимулювання праці – дієвий елемент в управлінні підприємствами	30
Гончарова Т.А. Удосконалення системи управління охороною праці в процесі євроінтеграції України	32
Гордєєв А.С., Скорик С.О. Особливості створення конкурентоспроможного і ефективного логотипу	34
Грабовський Є.М., Костенко І.М. Створення комп'ютерної 2D-анімації та використання її у навчальному процесі	36
Гринько Т. В. Стратегічна розвідка як невід'ємна частина стратегічного управління у сучасних ринкових умовах	38
Гулак А.Л. Планування та аналіз поточних витрат підприємства	40
Дерев'янюк М.О., Путро О.О. Забезпечення підрозділів НГУ пальним під час ведення бойових дій в сучасних умовах	42
Дикань О.В., Пашинський С.А. Система управління інвестиційними ризиками на підприємствах залізничного транспорту	44
Дробишева О.О. Особливості та класифікація факторів, що впливають на ефективність діяльності підприємства	45
Євсєвська Л.Є. Стратегічні орієнтири діяльності підприємства в	47

інтеграційних умовах	
Єлець О.П. Методи планування прибутку	49
Каличева Н.Є. Масан В. В. Теоретико-методологічні підходи забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємств залізничного транспорту	51
Кірдіна О.Г. Стан і тенденції розвитку залізничного транспорту в умовах реалізації інноваційних змін у галузі	53
Компанієць В. В., Крацер В. В. Ставлення до праці представників різних поколінь і ризику роботодавців у зв'язку зі зміною цінностей (за результатами опитувань world value survey)	55
Корінь М.В. Кадрова складова сприяння розвитку інфраструктури залізничного транспорту у контексті розширення транскордонних зв'язків	57
Крамаренко К.М., Аверіна Ю.В. Теоретичні аспекти управління економічним потенціалом підприємства	59
Крамаренко К.М., Герасименко В.П. Маркетингові інструменти управління розвитком підприємства	61
Крамаренко К.М., Горохолінський О.М. Принципи формування стратегії розвитку підприємства	63
Крамаренко К.М., Міщенко А.А. Напрямки державного регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності	65
Крамаренко К.М., Полудніцин Д.М. Методи управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємств	67
Крамаренко К.М., Стародуб Р.В. Маркетингова діяльність підприємства: управлінський аспект	69
Крамаренко К.М., Танцюра Л.О. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства	71
Кузнецов В.Є. Ключові закономірності розвитку світового ринку вагонобудування в умовах цифровізації економіки	73
Кулешов М. М. Загрози безпеці та тенденції розвитку системи цивільного захисту	74
Кучіна С.Е., Криворотько М.Р. Основні напрямки енергозбереження на промислових підприємствах	76
Кучіна С.Е., Кулага В.С. Стратегічне управління ризиками на підприємстві АТ «Світло шахтаря»	78
Кучіна С.Е., Мірошник М.В. Планування маркетингового аудиту	80
Літвиненко М.В., Назаренко Д.С. Проблеми та перспективи розвитку інвестиційної діяльності підприємств в Україні	82
Ляшевська О.І., Масалітін В. М. Особливості ефективної системи антикризового управління	84
Науменко М.О., Голдобін С.В. Діагностика фінансового стану підприємства	86
Науменко М.О., Лисак Т.А. Забезпечення фінансової стійкості підприємства	87
Науменко М.О., Моргунов В.С. Удосконалення стратегічного управління	88

підприємства	
Науменко М.О., Нескромна К.В. Розробка технології впровадження інновацій в діяльність підприємства	90
Науменко М.О., Чалий Д.В. Вдосконалення управління трудовими ресурсами підприємства	91
Нестеренко Р.В., Кушнарєнко В.В. Застосування передових технологій в організації помивки особового складу Національної гвардії України	92
Овчиннікова В.О., Бутенко Ю.П. Формування цифрового бізнес-середовища міжгалузевої взаємодії за участю залізничного транспорту	94
Овчиннікова В.О., Ліпська Т.І. Пріоритетний напрямок формування та розвитку інноваційного потенціалу підприємства	96
Овчиннікова В.О., Мурза Я.В. Стан національної інноваційної системи	97
Осипенко С. М., Ріятченко В.В. Обґрунтування критеріїв оцінки стану тилового забезпечення військової частини НГУ	98
Панченко Н.Г., Токмакова Є.В. Впровадження екологічно орієнтованої концепції маркетингу на залізничному транспорті	100
Пасько М.І., Серікова О.М. Джерела формування конкурентних переваг підприємства	102
Писаревський С.В., Професійно-особистісна підготовка лідерських якостей майбутніх офіцерів	104
Потрашкова Л. В., Крамаренко А.В. Чутливість до економічного середовища країни як один із важливих аспектів конкурентоспроможності на прикладі настільних ігор	105
Потрашкова Л. В., Кривомлинова Е.О. Визначення контенту та його подання у мобільному додатку до гри «Історія мультимедіа»	107
Пушкар О. І., Горєлова М. Д. Реклама як метод підвищення конкурентоспроможності підприємства	109
Пушкар О. І., Коробенко Р. С. Антикризове управління медіа-підприємством	111
Романчик Т.В. Інвестування у корпоративну соціальну відповідальність: вплив на результативність бізнесу	113
Сахненко О. І. Управління персоналом як необхідна складова ефективної діяльності підприємства	115
Сахненко О. І., Дячук Д.О. Стимулювання праці робітників – умова ефективної діяльності закладу ресторанного господарства	117
Сахно І.В., Альошина О.І. Методичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства	120
Сахно І.В., Калмиков Ю.Ю. Напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства	122
Сахно І.В., Молчанов Р.В. Система стратегічного управління підприємством	123
Сахно І.В., Хілик М.І. Ефективність стратегічного управління підприємством	125
Скорін Ю.І., Андрющенко Т.Ю. Підтримка прийняття рішень	127

соціального партнерства видавничо-поліграфічних підприємств	
Скорін Ю.І., Андрущенко Т.Ю. Віртуалізація вимірювального процесу у мехатронних системах	129
Скорін Ю.І., Антипіна О.В. Порівняльний аналіз лінійних та нелінійних методів прогнозування при виконанні довгострокових торговельних операцій підприємства	131
Скорін Ю.І., Неділько А.А. Прогнозування і оцінка економічної діяльності торговельного підприємства з використанням веб-технологій	134
Скорін Ю.І., Недоступа Я.В., Подорожняк А.О. Концепція побудови віртуальної вимірювальної лабораторії	136
Скорін Ю.І., Щербаков О.В., Недоступа Я.В. Концепція підвищення ефективності діяльності торговельних підприємств з використанням веб-технологій	138
Соболь О.М., Щербина А. Є. Економічна діагностика підприємства	140
Товма Л.Ф., Глущенко А.В. Харчові концентрати спеціального призначення для забезпечення харчування військовослужбовців у польових умовах, умовах бойових дій та надзвичайних ситуацій	142
Токмакова І.В., Харченко О.В. Ощадливе виробництво як ефективний напрямок ресурсозбереження на підприємствах залізничного транспорту	145
Торопова В. І. Трансформація ринку праці	148
Третьяков О.В., Доронін Є.В., Бондаренко С.В. Особливості розрахунку штучного освітлення з використанням світлодіодних ламп	149
Файнер А.І., Ульянов Н.В. State and prospects of innovative development communications of the economy of Ukraine	151
Фісун К.А., Васютенко І.Г. Оцінка потенціалу регіону і його складові	152
Фісун К.А., Войтенко М.В. Обґрунтування сценарного підходу до розвитку регіону	153
Фісун К.А., Кравченко Л.М. Систематизація підходів до визначення корпоративного управління	155
Фісун К.А., Нікіфоров С.В. Кластерні стратегії у розвитку регіону	157
Фісун К.А., Ратушняк К.І. Особливості доходного підходу до оцінки бізнесу	159
Фісун К.А., Тищенко С.Ю. Фактори, що впливають на ефективність менеджменту підприємств	160
Фоменко В.Є., Хромова А.В. Умови забезпечення та підвищення ефективності виробництва сільськогосподарської продукції	162
Черкашина М.В., Ісаєв А.В. Оцінка управління процесом обслуговування на підприємстві	164
Черкашина М.В., Косенко В.В. Вдосконалення організаційної структури управління підприємством	165
Черкашина М.В., Скриль А.А. Формування корпоративної культури як чинник успішного розвитку	166
Черкашина М.В., Харковенко В.В. Вдосконалення операційної стратегії підприємства	168

Чухлата Ж.Г., Комісар В.В. Заходи оптимізації маркетингової діяльності підприємства	169
Шаповал О.А., Теоретичні основи механізму управління персоналом підприємства	170
Шаповал О.А., Бондар Д.А. Сучасні підходи до ефективності використання трудових ресурсів	172
Шаповал О.А., Волинець В.М. Структура та типологія корпоративної культури	174
Шаповал О.А., Євстигнєєв Д.С. Сутність, значення та принципи відбору кадрів на підприємстві	176
Шаповал О.А., Полозюк Т.І. Взаємозв'язок кадрового потенціалу та цілей стратегічного управління підприємством	177
Шаповал О.А., Струбчевський О.В. Фактори управління процесом обслуговування в закладах ресторанного господарства	179
Шелудько Р.М., Пономарьова М.С. Управління персоналом в підприємницьких структурах агробізнесу	181
Шиголь Ф.А., Обухова О.С. Системно-кібернетичний підхід до управління потенціалом підприємства	183
Яценко О.А., Карпов А.А. Антикризове управління підприємством	185
Альбоцій О.В. Управління матеріальним забезпеченням військової частини як ризик-залежною системою	186

Бабич Р.В.,
кандидат технічних наук,
доцент кафедри інформаційних систем та технологій,
Євсєєв. О. С.,
кандидат технічних наук,
доцент кафедри комп'ютерних систем та технологій
Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

Вибір оптимальної програми для створення 3-д зображень

Перед початківцями у сфері 3D, стоїть не проста задача - у якому програмному середовищі робити перші кроки, адже перевчатися потім буде набагато складніше. Декому просто цікаво щось зробити власноруч, щось зліпити, як це роблять скульптори, а декому потрібно створити просту 3D модель для своєї гри. В рамках дослідження, стояло завдання вибору програми для створення 3D моделей високої точності. Розглянемо основні переваги та недоліки основних сучасних програм 3D, та визначимося з критеріями вибору оптимального програмного засобу для вирішення поставлених цілей. Необхідно відзначити, що за принципом дії всі програми приблизно схожі, тому кінцевий вибір буде залежати від сукупності критеріїв вибору. У даній статті розглянемо основні особливості 5-ти найбільш популярних програм для створення 3D графіки.

1. Blender

Блендер, це безкоштовна та у деякому сенсі універсальна програма. У блендері користувач може займатися як традиційним моделюванням, так і робити скульптури. Секрет успіху криється в тому, що до роботи над Blender може приєднатися будь-хто. Багато з інструментів, які з'явилися в цій програмі, були додані абсолютно різними людьми, які створювали ті чи інші функції для вирішення своїх завдань. Однак не зважаючи на це варто зауважити, що Blender починався як комерційний проект, але пізніше був закритий і відроджений вже з відкритим початковим кодом.

Одна з найголовніших переваг програми - кросплатформеність. Blender однаково добре і стабільно працює в Linux і Windows. Крім того, програма може функціонувати навіть на ПК з дуже слабкими конфігураціями. Також програма включає в себе великий арсенал засобів для створення тривимірної графіки. Так, в Blender можна оперувати системами частинок, контролювати ваги окремих частинок при текстуруванні, застосовувати напрямні при анімації та використовувати зовнішні сили, наприклад вітер.

Крім того, в програмі є симулятор флюїдів, який відкриває перед користувачем величезні можливості по створенню ефектів текучих тіл, таких як дим або рідини.

Сьогодні у блендері найчастіше працюють над створенням ігрових моделей. Програма підійде початківцям які прагнуть не витратити багато часу на освоєння 3-д моделінгу.

2. 3ds Max

Програма 3ds Max є аналогом до блендеру, але створена набагато раніше. Саме по цій програмі сьогодні можна знайти безліч курсів та освітніх програм. Але на відміну від блендеру не є безкоштовною та потребує чималих ресурсів як у роботі, так і при старті. Але незважаючи на це, у 3ds Max є велика кількість інструментів, необхідних при моделюванні різних архітектурних проектів - від заготовок дверей і вікон, до рослинності, сходів і огорож. Також в програму був інтегрований фотореалістичний візуалізатор, який дає можливість домогтися високої правдоподібності у прораховуванні зображення.

При всій своїй складності 3ds Max легко вивчається, а нестача будь-якого специфічного інструменту з лишком компенсується великою базою плагенів.

3ds Max дає можливість дуже гнучко управляти частками, створюючи найрізноманітніші ефекти - від моделювання анімації масивів об'єктів, до імітації всіляких природних явищ.

Отже як висновок можна сказати одне: 3ds Max ідеальна програма для тих, хто знає чого хоче. Вона не така проста, як блендер, але компенсує ці недоліки значно більшим функціоналом накопиченому за увесь час свого існування.

3. ZBrush

На відміну від інших тривимірних редакторів ZBrush використовують тільки одну техніку 3D-моделювання - так зване ліплення. Суть даного полягає в тому, що 3D-художник за допомогою віртуальних кистей надає потрібну форму об'єкту, вдавлюючи або витягаючи з поверхні окремі ділянки. Такий спосіб моделювання дуже нагадує ліплення з пластиліну, а сам користувач, працюючи в програмі, стає скульптором. Даний метод дуже практичний і давно використовується в продакшен-індустрії.

Якщо потрібно швидко створити тривимірний персонаж або змоделювати якусь тварину, ZBrush можна сміливо рекомендувати.

4. CINEMA 4D

Цей редактор має дуже довгу історію. Більшість професійних програм, орієнтованих на виробництво ігор та фільмів, завжди коштували занадто багато. А ось концепція Cinema 4D була побудована таким чином, що ціна програми виявилася не дуже високою, але при цьому програма не поступається своїм аналогам

Сьогодні Cinema 4D застосовується для створення анімації персонажів. В останніх версіях істотно перероблений алгоритм візуалізації і розширені можливості обробки тривимірних сцен. Програма дозволяє прораховувати ефекти глобальної освітленості, каустику і враховує внутрішнє розсіювання світла, яке можна спостерігати, наприклад, при просвічуванні воску свічки.

Отже як висновок відмітимо, що програма перш за все використовується аніматорами, якщо ви цікавитесь цією сферою ця програма для вас

5. Maya 2012

Довгий час ця програма протиставлялася головному конкуренту на ринку тривимірних ПЗ - 3ds Max. Серед професійних 3D-художників даний пакет використовується частіше інших. Саме цей тривимірний редактор використовують такі студії Pixar, WaltDisney, Dreamworks та інші.

У програмі є все, що необхідно для створення тривимірної графіки. Maya дозволяє пройти всі етапи створення 3D - від моделювання та анімації до створення текстур і пошарового рендеринга. Цей тривимірний редактор може моделювати фізику твердих і м'яких тіл, прораховувати поведінку тканини, емулювати текучі ефекти, дозволяє детально налаштовувати зачіску персонажів, створювати сухий і мокрий хутро, анімувати волосся і т. Д. Візитною карткою програми є модуль PaintEffects, який дає можливість малювати віртуальним пензлем такі тривимірні об'єкти, як квіти, трава, об'ємні візерунки та інше.

Програма досить складна в освоєнні, що компенсується великою кількістю уроків з даного редактору. Крім того, Maya дуже зручна в роботі.

Враховуючи наведене вище, необхідно відзначити програмний засіб Blender, який є найбільш універсальним, та може бути використаним для початку роботи у 3D середовищі. У Blender є усі необхідні функції на базовому рівні, а деякі з них, такі як наприклад скульпінг, є цілком конкурентоздатними до більш потужних аналогів. Крім того Blender є безкоштовний, не вимогливий до ПК і що найголовніше, вміння володіти цим засобом є затребуваним на ринку праці. З зазначених вище причин буде доцільним вибрати саме цей програмний засіб.

Література

1. Котляревський Я. Удосконалення системи підготовки кадрів для видавничо-поліграфічної діяльності / Я. Котляревський // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. пр. – Львів, 2014. – Вип. 24.5. – С. 384-389.

УДК 301.2.331

Бобко Н.А.,

старший викладач

Запорізька державна інженерна академія

Оцінювання стану та ефективності використання основних засобів підприємства

Для виробничої й інвестиційної діяльності підприємств, досягнення ними цілей тактичного та стратегічного розвитку при не стабільності вітчизняного виробництва та відтворювального процесу в цілому, оцінка показників рівня ефективності основних засобів займає істотне місце в системі комплексного аналізу діяльності підприємств.

На основі дослідження різноманітних підходів до оцінювання рівня стану й ефективності необоротних активів підприємства виділяють такі показники:

– узагальнюючі – фондодідача; фондомісткість; фондоозброєність праці; фондорентабельність; коефіцієнти оновлення, вибуття та приросту основних фондів;

– часткові – коефіцієнти екстенсивного, інтенсивного, інтегрального

навантаження устаткування; резерв виробничої потужності; коефіцієнт змінності праці обладнання.

Фондовіддача та фондомісткість є найзагальнішими аналітичними ознаками ступеня ефективності використання профільних активів. Співвідношення чистого доходу від реалізації продукції на 1 грн. основних засобів відображує фондовіддачу. Фондомісткість визначається як співвідношення вартості основних засобів до чистого доходу від реалізації продукції [5].

Важною характеристикою забезпеченості підприємства основними фондами є фондоозброєність праці. Вона визначається співвідношенням вартості основних засобів до чисельності персоналу підприємства. Фондорентабельність визначається співвідношенням фінансового результату від основної діяльності підприємства до середньої за рік вартості основних засобів.

Сума, на яку введено основних засобів порівняно з їх вартістю на кінець підзвітного періоду характеризує коефіцієнт введення (оновлення) основних виробничих фондів. Коефіцієнт вибуття основних засобів показує частку вартості основних засобів, які вибули за період, що аналізується, у загальній вартості основних засобів на початок цього періоду [3]. Якщо вартість введених у дію необоротних активів перевищує вартість вибулих – це позитивно характеризує процес виробництва. Для визначення цієї тенденції розраховується коефіцієнт приросту основних засобів.

Необхідно розрізняти дві форми оновлення основних фондів – екстенсивну та інтенсивну [2]. Екстенсивний напрям підвищення ефективності використання основних засобів передбачає такі заходи:

- 1) збільшення кількості машино-змін (станко-годин) праці обладнання;
- 2) зменшення простоїв оснащення за рахунок вчасної поставки сировини,

матеріалів, напівфабрикатів і т.д., підвищення якості ремонтних робіт і технічного контролю.

Інтенсивними напрямленостями підвищення ефективності використання необоротних активів є:

- 1) модернізація та технічне переозброєння підприємства;
- 2) автоматизація та механізація виробництва;
- 3) удосконалювання технологічних і виробничих процесів;
- 4) скорочення тривалості операційного циклу;
- 5) використання раціональних прийомів організації виробництва;
- 6) підвищення кваліфікаційного рівня персоналу підприємства.

Рівень підвищення ефективності використання оснащення за продуктивністю та часом визначає резерв виробничої потужності.

Коефіцієнт змінності праці устаткування характеризує ефективність активної складової основних фондів. Він визначається співвідношенням часу праці обладнання за всі зміни до часу праці в найбільшу з них (як правило, нею є перша зміна) [4].

Таким чином, для найбільш продуктивного використання своїх необоротних активів підприємства повинні реалізувати наступні заходи:

- 1) модернізація та оновлення оснащення;
- 2) ліквідація цілоденних і внутрішньо змінних простоїв в наслідок раціональних організаційно-технологічних заходів;
- 3) підвищення коефіцієнта змінності;
- 4) інтенсивніший рівень використання обладнання;
- 5) підтримання належного стану техніко-технологічної бази та своєчасне її поновлення;
- 6) підвищення кваліфікації робітників.

Література

1. Гетьман О. О. Економіка підприємства : навч. посіб. / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. – 2-ге вид. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.
2. Економіка підприємства : підруч. / за заг. ред. С. Ф. Покропівного. – 3-тє вид., без змін. – К. : КНЕУ, 2006. – 528 с.
3. Кіндрацька Г. І. Економічний аналіз: теорія і практика : підруч. / Г. І. Кіндрацька, М. С. Білик, А. Г. Загородній ; за ред. проф. А. Г. Загороднього. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Л. : Магнолія 2006, 2008. – 440 с.
4. Фінанси підприємств : підруч. [Електронний ресурс] / керівник авт. кол. і наук. ред., проф. А. М. Поддєрьогін. – 3-тє вид., перероб. та доп. – К. : КНЕУ, 2001. – 460 с. – Режим доступу : <http://ukrkniga.org.ua/ukrkniga-text/73/77>
5. Фурик В. Г. Фінанси підприємств: Практикум / В. Г. Фурик, І. М. Кулик. – Вінниця : ВНТУ, 2010. – 93 с.

УДК 322.2.001

Борисенко І.І.,

старший викладач

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

Шляхи підвищення рівня конкурентоспроможності потенціалу підприємства

За сучасних умов розвитку національної економіки забезпечення ефективності діяльності, конкурентоспроможності потенціалу та забезпечення стійкого розвитку підприємств стає можливим тільки за умов розробки та реалізації заходів направлених на підвищення конкурентоспроможності потенціалу підприємств.

Тільки потенціал, що відображає невикористані, або неефективно задіяні ресурси, пов'язані з виробництвом та реалізацією продукції, є одним із основних показників, що впливає на виробничо-господарську діяльність підприємств і, відповідно, конкурентоспроможності потенціалу підприємств будь-якої галузі. З економічних і соціальних позицій конкурентоспроможність потенціалу підприємств визначається як унікальна комбінація наявного потенціалу підприємства, досвіду господарювання, ефективності використання складових потенціалу,

сформованого іміджу.

Конкурентоспроможність потенціалу забезпечує виробництво конкурентоспроможної продукції, реалізуючи яку, підприємство забезпечує існування на ринку в стратегічній перспективі [1].

Фактори впливу конкурентоспроможності потенціалу умовно поділяють на зовнішні й внутрішні (можливості підприємства із забезпечення власної конкурентоспроможності).

В ринкових умовах визначення конкурентоспроможності потенціалу підприємства – це початковий етап планування діяльності та формування стратегії конкурентоспроможності підприємства, тому для забезпечення ефективного функціонування підприємства необхідно здійснювати оцінку рівня конкурентоспроможності його потенціалу. Оцінкою рівня конкурентоспроможності потенціалу підприємства є упорядкований, цілеспрямований процес визначення конкурентних можливостей з урахуванням потенційного і реального доходу, який отримує підприємство у певний проміжок часу за умов даного ринку.

Слід відмітити, що не існує уніфікованої методики оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства через неоднозначність розуміння та трактування самого поняття «конкурентоспроможність потенціалу» [2].

Кожен метод оцінки має власні переваги та недоліки, у зв'язку з цим з метою ґрунтовного аналізу потрібно застосовувати комплексний підхід, що складається з різних методів, в результаті проведення яких визначаються та запроваджуються заходи щодо закріплення сильних сторін і ліквідації слабких сторін діяльності.

Отже, проведення оцінки конкурентоспроможності підприємства дозволяє скласти обґрунтовану думку щодо перспектив розвитку подальшої діяльності економічного суб'єкта, допомагає розробити комплекс дієвих рекомендацій, профілактичних заходів та відповідно підвищити конкурентоспроможність потенціалу підприємства. Дослідження було проведено на даних підприємства металургійної галузі – ПАТ «Миколаївський глиноземний завод».

Металургійна галузь є однією з провідних галузей економіки України, ПАТ «Миколаївський глиноземний завод» є найбільш енергоефективним підприємством у світі, серед глиноземних заводів СНД має найвищий рівень автоматизації технологічних процесів. Особливим моментом є те, що необхідно приділяти більше уваги конкурентоспроможності потенціалу даного підприємства.

За допомогою «багатокутника конкурентоспроможності» було проведено порівняння конкурентоспроможності потенціалу ПАТ «Миколаївський глиноземний завод» та його конкурентів на ринку алюмінієвої продукції. Отже, проведений аналіз діяльності та оцінка конкурентоспроможності потенціалу ПАТ «Миколаївський глиноземний завод» дозволяють зробити наступні висновки.

По-перше, за період 2011–2014 рр. частка виробництва ПАТ «Миколаївський глиноземний завод» на ринку алюмінієвої продукції України, не зважаючи на повну забезпеченість сировиною, знизилася на 2%.

По-друге, у підприємства спостерігається збільшення суми активів та

пасивів, в основному за рахунок банківських кредитів, дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги, але разом з цим зростає і сума непокритого збитку інвесторів. В результаті підприємство в 2014 р. має чистий збиток в сумі – 880656 тис. грн.

По-третє, незважаючи на збитки, підприємство збільшує обсяги виробництва та реалізації продукції.

По-четверте, проведена оцінка конкурентоспроможності потенціалу ПАТ «Ми-колаївський глиноземний завод» використаними методами (заснованому на теорії ефективної конкуренції та «багатокутником конкурентоспроможності») визначила його рівень як середній.

В результаті того, що першочерговими стратегічними пріоритетами ПАТ «Миколаївський глиноземний завод» є підвищення рівня конкурентоспроможності потенціалу за рахунок підвищення ефективності виробництва, зроблено висновок, що підприємству необхідно впровадити нові енерго- та ресурсозберігаючі технології. Також для підвищення рівня конкурентоспроможності потенціалу підприємства ПАТ «Миколаївський глиноземний завод» рекомендується збільшити обсяг продажів у натуральному і вартісному вираженні за рахунок розробки ефективнішої стратегії збуту та розвитку ключових напрямків в області продажів; знизити рівень витрат на основне виробництво за рахунок впровадження новітніх технологій виробництва продукції; забезпечити стабільне постачання підприємства сировиною і матеріалами; підвищити ефективність виробництва рахунок раціонального використання виробничих, матеріальних, трудових і фінансових ресурсів; впровадження нових інформаційних технологій для підвищення рівня інформаційної безпеки та мінімізації ризиків витоків комерційної інформації.

Таким чином, здійснення вище запропонованих заходів забезпечить збільшення випуску конкурентоспроможної продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках, освоєння високотехнологічних виробництв і модернізацію виробничої бази, що позитивно впливатиме на розвиток не тільки конкурентоспроможності власного потенціалу, а й промисловості країни в цілому.

Література

1. Касьянова Н. В. Потенціал підприємства: формування та використання: підруч. / Н. В. Касьянова, Д. В. Солоха, В. В. Морєєва та ін. – Донецьк : Вид-во Цифрова типографія, 2012. – 257 с.
2. Сачинська Л. В. Формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства та його оцінка [Електронний ресурс] / Л. В. Сачинська, О. В. Бедін // Економічні науки. Серія: Облік і фінанси : зб. наук. праць. – Луцьк : ДВНЗ Луцького національного технічного університету, 2012. – Режим доступу : http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/en_oif/2012_9_3/33.pdf

Браткевич В.В.,

кандидат технічних наук, доцент,
професор кафедри комп'ютерних систем та технологій,

Пихова М.О.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності «186 Видавництво та поліграфія»

Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

Ієрархічна модель вибору технології розробки 3D поверхонь

В реаліях сучасної гейм-індустрії в розробників-початківців дуже часто виникає проблема створення ігрової локації та вибору технології розробки поверхонь ігрових об'єктів.

Завданням даного проекту є розроблення ієрархічної моделі вибору технології розробки 3d поверхонь, яка майбутньому дасть можливість систематизувати підхід до цього питання.

Як і в будь-якому іншому питанні потрібно виділити фактори, які будуть впливати на вибір технології опираючись на конкретні цілі та задачі, які поставив собі автор проекту.

1. Тип ігрового простору:

1.1. Велико масштабні карти та полігони (ігрові локації які в основному складаються з пустинних зон та однорідних площин). Також карти інших розмірів з тим самим наповненням, або частини цих карт;

1.2. Велико масштабні карти зі складними типами рельєфу та ландшафту (ігрові локації з гористою впалою місцевістю з великою кількістю деталей).

Також карти інших розмірів з тим самим наповненням, або частини цих карт;

1.3. Ігрові локації з замкнутим простором (підземелля або будівлі). Розмір локації також залежать лише від уяви автора.

2. Рельєфні особливості карт:

2.1. Відкриті карти, не заставлені об'єктами, найпростіші елементи рельєфу;

2.2. Відкриті карти а природними горбистим або впалим ландшафтом;

3. Деталізація та наповненість та ігрових не ігрових зон:

3.1. Складність форм;

3.2. Масиви об'єктів та їх повторення;

3.3. Наявність рельєфу (гори, рівнини, горби, впадини, річки, озера);

3.4. Наявність будівель та інших об'єктів життєдіяльності людини (мости, бетонні конструкції, житлові масиви);

3.5. Наявність рослинності (дерева, трава, кущі).

Враховуючи всі фактори та критерії формуємо перелік технологій поверхневого 3d моделювання що задовольняють вимогам даного завдання.

1. Воксельна графіка;

2. Полігональне моделювання;

3. Моделювання сплайнами;

4. Сітчаті поверхні.

Метою цього проекту є розроблення ієрархічної системи вибору технології 3d поверхонь, що представлено на рис.1.

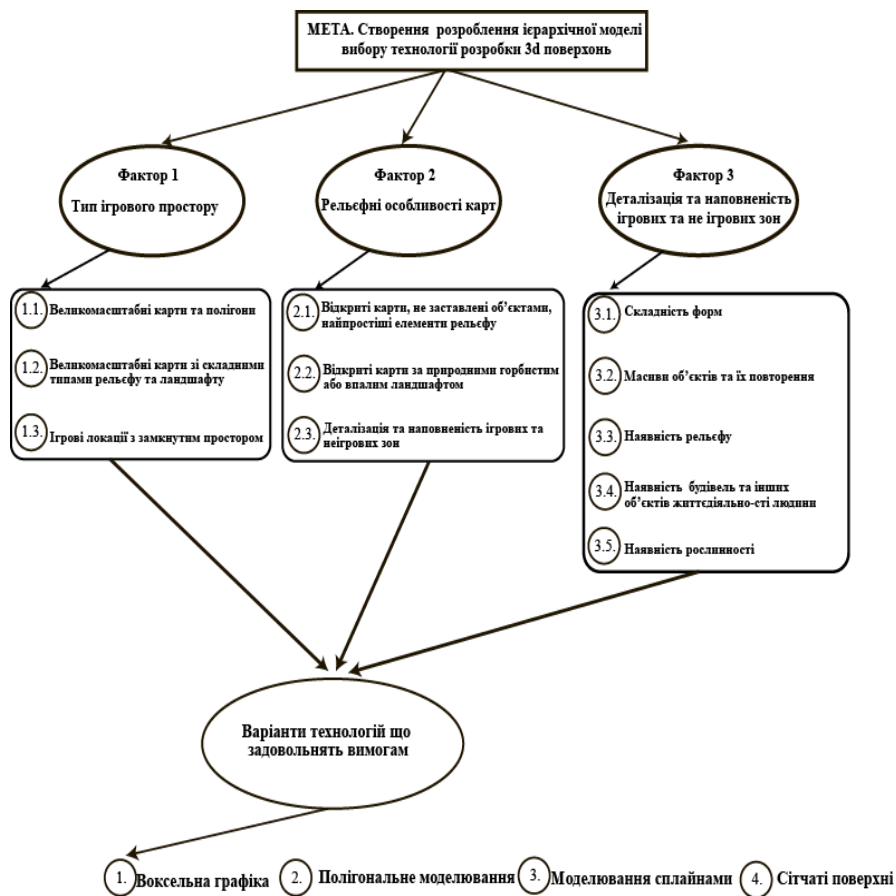


Рис.1. Ієрархічна модель вибору технології 3d поверхонь

Таким чином, у рамках цього дослідження було створена ієрархічна модель вибору технології 3d поверхонь для ігрових об'єктів.

Література

1. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі ; Пер. з англ. С. Яринич. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с.
2. Білий Ю. Що таке соціальне партнерство? [Електронний ресурс]. URL: <http://iqholding.com.ua/articles/shcho-take-sotsialne-partnerstvo>.
3. Петриченко П. А. Взаємовідносини у сфері послуг: концептуальне розуміння і вимір в заємних перевагах. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2195>.

УДК 331.101.3:331.108

Бурменко О. А.,
заступник начальника курсу факультету
Мінченко А. В.,
здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня
Національний університет цивільного захисту України, Харків

Підвищення ефективності системи управління персоналом

Система управління персоналом на сучасному підприємстві, незалежно від форми власності, є наймогутнішим інструментом забезпечення конкурентоздатності й розвитку. Тому виникає необхідність у підвищенні ефективності системи управління персоналом з урахуванням вимог ринкової економіки.

Управління підприємством, яке працює в ринкових умовах, висуває високі вимоги до професіоналізму управлінського персоналу. Проблема управління персоналом на підприємстві є ключовим моментом перебудови всієї системи управління. Для підвищення ефективності системи управління персоналом необхідно аналізувати і враховувати специфічні умови розвитку ринкової економіки в Україні.

Величезну значимість для кожного підприємства, незалежно від організаційно-правової форми, має розробка методики оцінки, що дозволяє визначити дійсну ситуацію на підприємстві в області управління персоналом, виявити слабкі місця і надати рекомендації щодо підвищення ефективності. Служба з управління персоналом реалізує кадрову політику та координує діяльність з управління трудовими ресурсами підприємства; необхідне розширення функцій до створення нових систем стимулювання трудової діяльності, управління професійним просуненням, запобігання конфліктам, вивчення ринку трудових ресурсів, створення резервів кадрів для управлінського персоналу.

Останнім часом ведеться інтенсивний пошук шляхів формування оптимальної системи управління персоналом, котра б відповідала трьом основним вимогам: висока ефективність, регулярне оновлення та гнучкість. П. Друкер вважає, що саме у сфері управління персоналом традиційні базові уявлення істотно суперечать реальності та є непродуктивними. На думку цього автора, існує єдиний правильний принцип управління персоналом – використання диференційованих підходів і стилів управління для різних груп працівників і навіть окремих працівників у різних ситуаціях. Г. В. Щекін вважає, що ключовим принципом управління персоналом є принцип підбору та розміщення кадрів за їхніми діловими та персональними якостями, що передбачає: спадкоємність кадрів на основі систематичного підбору енергійних, творчих працівників; забезпечення умов для постійного підвищення професійної кваліфікації; чітке визначення прав, обов'язків та відповідальності кожного працівника; комбінування досвідчених працівників з молодими кадрами; комбінування довіри

до кадрів з перевіркою виконання.

Сучасний підхід до організації управління персоналом являє собою збалансоване поєднання людських цінностей, організаційних перетворень та постійної адаптації до змін зовнішнього середовища. Організація управління персоналом підприємства потребує цілеспрямованої адаптації сучасним правилам ринкової гри, оскільки саме адаптація системи управління персоналом допоможе підприємству вижити та розвиватись у сучасних умовах ринку. Сучасна система управління персоналом, яка склалась на провідних вітчизняних підприємствах під впливом запровадження прогресивних зарубіжних технологій управління персоналом та використанні власного досвіду, включає такі підсистеми: аналіз та планування персоналу; підбір та наймання персоналу; оцінювання персоналу; організація навчання та підвищення кваліфікації персоналу; атестація і ротація кадрів; управління оплатою праці; мотивація персоналу; облік співробітників підприємства; організація трудових відносин на підприємстві; створення умов праці; соціальний розвиток; кадрова безпека.

Функції управління реалізують процеси на підставі прийнятих рішень. Механізм реалізує управлінські рішення, виконуючи функції організації через процеси управління в межах системи управління завдяки персоналу організації. Загальною та головною метою системи управління персоналом є забезпечення відповідних якісних та кількісних характеристик персоналу цілям підприємства.

Тобто, управління персоналом, в першу чергу, повинне здійснюватися через управління його трудовим потенціалом, що оцінюється як за ефективністю реалізації, так і за ефективністю розвитку трудового потенціалу персоналу. Створення конкурентоспроможного виробництва завжди пов'язане з працівниками, які працюють на підприємстві. Сучасні принципи організації виробництва, оптимальні системи та процедури відіграють дуже важливу роль, але реалізація усіх можливостей, які закладені в нових методах управління, залежить вже від конкретних працівників та їхніх знань, компетентності, кваліфікації, дисципліни, мотивації, здатності розв'язувати проблеми та сприймати навчання.

Література

1. Друкер П. Менеджмент в XXI веке [учебное пособие] / П. Друкер; пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 272 с. 6. Закон Украины «Об инновационной деятельности» от 04.07.2002

2. Козак К. Б. Управління розвитком трудового потенціалу персоналу підприємства :дис. канд. екон. Наук 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / К.Б. Козак; Херсонський Міжнародний університет бізнесу і права. – Х., 2011. - 245 с. - (Рукопис).
Грیشнова О. Поливяна Н. Управління людським капіталом у контексті.

3. Теория и практика управления персоналом [учеб.-метод. пособ.] / Авт.-сост. Г. В. Щекин; 2-е изд., стереотип. – К.: МАУП, 2003. – 280 с.

Величко Л.А.,

кандидат державного управління, старший викладач
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

Планування стратегії розвитку та її роль у досягненні мети підприємства

Стратегія допомагає підприємству визначити свій шлях, свою перспективу в майбутньому. Вірно вибрана стратегія забезпечує необхідне функціонування підприємства створює умови здійснювати контроль на підприємстві та готує його до змін у конкурентному середовищі. Для того, щоб підприємство мало значні прибутки необхідно ґрунтовно підготувати стратегію його функціонування.

Стратегія займає значне місце в теорії стратегічного управління. Етимологічно слово «стратегія» походить з давньогрецької: *stratos* – армія, *agos* – управляю.

З одного боку, є результатом стратегії. З іншого боку, стратегія – це інструмент сталого розвитку підприємства. За словами П. Дойля, стратегія формує план діяльності підприємства в майбутньому [1].

Стратегія підприємства передбачає майбутній план дій, що визначає шляхи функціонування підприємства, його призначення та місію, головні цілі та розподіл ресурсів для їх досягнення. Вона забезпечує більш раціональне користування його ресурсами, оптимізацію довгострокової рентабельності, зміцнення позицій підприємства на ринку, оптимальну віддачу від капіталовкладень та забезпечення потреб споживача. Стратегія розвитку підприємства повинна базуватися на засадах інтенсивного розвитку, створення якісно нових форм [2].

Стратегія розвитку має бути направлена на здійснення заходів і мати на меті підвищення ефективності роботи підприємства.

Критерії, які необхідно взяти до уваги при розробці та реалізації стратегії:

– специфіка діяльності підприємства, ліквідність її активів, дебіторську заборгованість та інші чинники;

– структуру конкурентного середовища;

– сферу діяльності;

– серійне виробництво;

– інноваційна діяльність;

– особливості ринку;

– становище в галузі;

– статус компанії;

– позицію компанії на ринку;

– специфіку цілей і наявність ресурсів, що дозволяє окреслити стратегію підприємства;

Для стабільної позиції на ринку підприємству потрібно:

– постійно аналізувати діяльність своїх конкурентів, дотримуватись найбільш гнучкої стратегії, змінювати уже діючу на цей час стратегію, брати до уваги мінливість зовнішнього середовища;

– спостерігати за поведінкою споживачів, знаходити нові шляхи підвищення якості своїх товарів, порівняно з конкурентами, створювати нові види продукції.

Обмірковуючи стратегію функціонування підприємства потрібно аналізувати інформацію з різних джерел, мати на увазі, що ринок постійно змінюється.

Вірна стратегія підприємства визначається такими складовими: рентабельність, фондівіддача, собівартість продукції, обсяги реалізації, оборотність обігових засобів, кількість тендерів, капіталовкладень у підприємство, рентабельність продажу, швидкість зміни ринків реалізації, затрати на закупівлю ресурсів.

Планування стратегії розвитку відіграє велику роль в досягненні мети підприємства, забезпечує суттєву фінансову стабільність на довгий час та забезпечує стабільність на ринку.

Література

1. Дойль П. Менеджмент: стратегія та практика / П. Дойль. – Л : Магнолія, 2008. – 480 с.
2. Томпсон А. Стратегічний менеджмент: / А. Томпсон, А. Стрикленд ; пер. с англ. под. ред. Н. Д. Эриашвили. – К. : Вільямс, 2007. – С. 576.

УДК 338.2

Герасименко В.М.,
старший викладач кафедри менеджменту та військового господарства,
Бречко П.Г.,
здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Дослідження ефективності роботи підприємства

У роботі розглянуто сутність поняття «фінансовий аналіз», який характеризує підсумки фінансово - економічної діяльності підприємства.

Метою роботи є вивчення і застосування на практиці теоретичних знань та сучасних методів дослідження фінансового стану підприємства і аналізу результатів фінансово - економічної діяльності.

На сучасному етапі трансформації економіки України необхідно визнати, що найбільш динамічні зміни відбуваються у діяльності закладів ресторанного господарства. Ці зміни найбільш яскраво виражаються у збільшенні фінансової самостійності підприємств, удосконаленні та залученні передових іноземних методів господарювання, появи нових унікальних тенденцій розвитку, збільшення і урізноманітнення методів, що направлені на підвищення конкурентоспроможності власної продукції та послуг.

Нова соціально-орієнтована система, що формується в даний час на Україні вимагає переглянути форми та методи, за допомогою яких управляли економікою

підприємств та висунути нові, які будуть більш дієвими при даній економічній формації.

Трансформація економічних процесів викликала значні та досить такі ґрунтовні зміни в усіх сферах народного господарства, в тому числі і такій галузі як ресторанного бізнесу, висунувши до неї нові права та вимоги, а саме: економічна самостійність, повна відповідальність за результати господарської діяльності, самостійне формування та реорганізація системи управління, її структурних підрозділів, яка при певних сприятливих обставинах забезпечить високу продуктивність праці, конкурентоздатність продукції, та стійке положення на відповідному сегменті ринку.

Основним інструментом для оцінки фінансового стану підприємства є фінансовий аналіз, який характеризує підсумки фінансово - економічної діяльності підприємства. Для ухвалення того або іншого рішення необхідно проаналізувати забезпеченість підприємства фінансовими ресурсами, доцільність і ефективність їх розміщення і використання, платоспроможність підприємства і його фінансове взаємостосунки з партнерами. Аналіз і оцінка фінансових показників необхідний для ефективного управління підприємством. З його допомогою керівники підприємством можуть здійснювати планування, контроль, покращувати і удосконалювати напрями своєї діяльності.

Так як для забезпечення ефективного функціонування підприємств ресторанного бізнесу за сучасних умов досить важливо правильно сформулювати стратегію та тактику даного підприємства, виявити потенційних клієнтів, визначити свій асортимент продукції, забезпечити високу якість виробленої продукції та визначення доцільної та раціональної торговельної політики, то актуальність даної теми дослідження визначає переваги поряд з іншими.

Таким чином, пропонується подальше дослідження ефективності у закладах ресторанного господарства. Економічна ефективність характеризує результативність діяльності економічних систем (підприємств, територій, національної економіки). Основною особливістю таких систем є вартісний характер засобів (витрат, витрат) досягнення цілей (результатів), а у ряді випадків і самих цілей (зокрема, отримання прибутку).

УДК 658.56

Герасименко В.М.,

старший викладач кафедри менеджменту та військового господарства,

Величко Д.О.,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Управління системою якості виробництва продукції на підприємстві ресторанного господарства

У роботі розглянуто сутність поняття «система управління якістю».

Проаналізовано сучасні підходи до управління системою якості продукції на підприємстві ресторанного господарства.

Метою роботи є дослідження системи управління якістю продукції на підприємстві ресторанного господарства та її удосконалення.

Основою конкурентоспроможності підприємств в Україні в умовах переходу до ринкових відносин все більше виступає якість продукції, тому правильно обрана стратегія управління якістю продукції дозволить забезпечити ефективний розвиток підприємства. Система управління якістю – це особлива організація у виробничій системі, цією системою треба управляти, постійно удосконалювати та знаходити новітні методи керування нею, залучаючи всіх працівників підприємства, без винятків.

Теоретичною та методологічною основою дослідження є положення сучасної економічної теорії, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених у сфері управління системою якості виробництва на підприємстві. Для досягнення поставленої в роботі мети було використано такі методи дослідження: теоретичного узагальнення та порівняння - для уточнення понятійного апарату управління системою якості продукції; статистичного аналізу - для проведення аналізу емпіричних даних і дослідження особливостей забезпечення якості продукції в умовах трансформаційної економіки; системного підходу формалізації та економіко-математичного моделювання - для обґрунтування і розробки основних шляхів підвищення ефективності управління системою якості продукції.

У зв'язку з необхідністю контролю якості були розроблені методи збору, обробки й аналізу інформації про якість. Фірми, що функціонували в умовах ринкової економіки, прагнули організувати спостереження за якістю в процесі виробництва і споживання.

Найбільш повне і всебічне оцінювання якості забезпечується, коли враховані усі властивості аналізованого об'єкта, які виявляються на всіх етапах його життєвого циклу: при виготовленні, транспортуванні, збереженні, застосуванні, ремонті, техобслуговуванні.

Можна вважати, що правильно побудована модель системи якості продукції з урахуванням інтересів споживача, напевно виявиться конкурентоспроможною і буде користуватися попитом.

Нова система виходить за рамки мікро рівня і включає контроль ринку збуту продукції, аналіз ринкової кон'юнктури, після продажне обслуговування. При цьому традиційне керування якістю не усувається, а удосконалюється. Значення ж тотального контролю якості полягає в тому, що він підсилює вплив запитів споживачів на якість продукції. Крім того, тотальна якість входить у число критеріїв оцінки роботи менеджерів.

Таким чином, необхідне для України впровадження сучасних систем управління якістю на підприємствах ресторанного господарства, як і гармонізація метрологічної інфраструктури в країні та системи акредитації у відповідності до міжнародного досвіду, може бути досягнуто лише за наявності

висококваліфікованих спеціалістів, проведення ґрунтовних наукових досліджень, розробки сучасної навчально-методичної бази, доступної для широкого кола фахівців.

УДК 338.24

Герасименко В.М.,
старший викладач кафедри менеджменту та військового господарства,
Косяк О.І.,
здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Розробка стратегії розвитку підприємства ресторанного господарства

У роботі розглянуто сутність поняття «стратегія розвитку». Проаналізовано сучасні підходи до розробки стратегії розвитку підприємства ресторанного господарства.

Метою роботи є розкриття змісту і важливості стратегічного управління операційною системою ресторанного господарства на підприємстві, визначення на основі цього стратегії розвитку підприємства.

На сучасному етапі розвитку підприємництва в галузі ресторанної справи застосування стратегічного підходу до діяльності закладів ресторанного господарства є необхідною умовою успішного розвитку в бізнес оточенні наполегливих та агресивних конкурентів та в зовнішньому середовищі змінних потреб споживачів. Однак, вже саме поняття «стратегія» часто відлякує сучасних власників та менеджерів закладів ресторанного господарства своєю невизначеністю, багатоваріантністю, складністю і довго терміновістю розробки, відсутністю прямої залежності між наявністю стратегії та результатами діяльності.

Це можна пояснити не тільки суб'єктивними моментами, тобто відсутністю необхідних знань, навиків у власників-рестораторів та у найманого топ-менеджменту підприємств ресторанного господарства.

Разом з тим умови ведення бізнесу в Україні все більш ускладнюються, як внаслідок впливу глобалізаційних процесів в економіці та соціокультурному житті, так і внаслідок різно-векторних впливів спадної фази фінансової кризи та стагнації багатьох сегментів світової економіки, що здійснює негативний вплив на українську економіку. Енерго-затратна та ресурсо-затратна поведінка галузей української економіки та майже всіх підприємств, які працюють в згаданих галузях економіки спонукає змінювати економічні пріоритети. Пріоритетними повинні стати високотехнологічні виробничі галузі економіки та добре оснащені підприємства сфери послуг, зокрема послуг гостинності ресторанній індустрії. Працювати в таких складних умовах використовуючи суто адміністративні підходи, бюджетування, та короткострокове і довгострокове планування вже стає

без результативним.

Це обумовлює потребу залучення адаптованих до вітчизняних умов ведення бізнесу підходів стратегічного планування, стратегічного управління та стратегічного маркетингу до формування ефективних систем управління закладами ресторанного господарства. Як стосовно виробничого потенціалу закладів ресторанного господарства, так і стосовно операційної системи в цілому.

Необхідність у вивченні процесів, що спонукають до впровадження рестораном стратегії розвитку його операційної системи пов'язана із зовнішніми та внутрішніми чинниками конкурентними діями, заходами та методами здійснення стратегічної діяльності на підприємстві знайшла свої відображення в даній роботі.

Таким чином, пропонується подальше вивчення процесів, що відбуваються зараз у закладах ресторанного господарства, їх глибина і динамічність, дозволяє по новому поглянути на пошук шляхів практичного втілення концептуального підходу до створення сучасних закладів ресторанного господарства, розроблення нових стратегій для ефективного розвитку, творчого вирішення організаційно-технічних проблем, що стоять перед ними.

УДК 658.56

Герасименко В.М.,

старший викладач кафедри менеджменту та військового господарства,

Легкодух Р.М.,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету логістики

Національна академія Національної гвардії України, Харків

Шляхи підвищення якості обслуговування на підприємстві ресторанного господарства

У роботі розглянуто сутність поняття «якість обслуговування». Проаналізовано сучасні підходи до підвищення якості та забезпечення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства.

Метою роботи є розкриття змісту якості обслуговування на підприємстві ресторанного господарства, визначені шляхи підвищення якості та забезпечення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства.

Категорія якості послуг є однією з найскладніших серед тих, з якими спеціалістам доводиться мати справу. До категорії якості продукції та послуг звертаються під час вибору предметів для задоволення як виробничих, так і індивідуальних потреб, планування виробництва і оцінювання його результатів, визначення його складності і ефективності, організації праці, створення нових виробів.

Послугам ресторану властива складна структура - вони складаються з великого числа компонентів і параметрів, різних за своєю природою та важливістю для споживача. Це робить складним поліпшення і підтримку якості

обслуговування. І складності наростають у міру росту ресторанної мережі

В сучасній економіці спостерігається тенденція, при якій такий показник як якість відіграє одну з ведучих ролей в управлінні виробництвом продукції та послуг. У країнах Європи управлінню якістю на підприємстві приділяється особлива увага на всіх підрозділах, що впливають на якість надання послуг та виготовлення продукції.

В сучасних умовах виживає та організація, котра має найновіші технології, найвищу якість продукції, найнижчі ціни і найвищі орієнтири стосовно найвимогливішого споживача.

Ресторанне господарство однією з перших господарчих галузей України перейшло на ринкові відносини. Після приватизації підприємств змінилася організаційно-правова форма системи ресторанного господарства, з'явилася велика кількість приватних підприємств.

Підприємства ресторанного господарства є чисто комерційними (ресторани, шашличні, вареничні, бістро та ін.), але разом з тим розвивається і харчування на об'єктах з державною формою власності: їдальні при виробничих підприємствах, студентські, шкільні. З'являються комбінати, фірми, які беруть на себе завдання організації харчування.

Якість продукції та послуг посідає центральне місце у розв'язанні проблеми підвищення конкурентоспроможності усіх господарюючих суб'єктів. Підприємство може бути конкурентоспроможним за умови, якщо його продукція, послуги користуються попитом, що можливо лише за умов високої якості та відповідності вимогам споживачів, стандартам й іншим нормативним документам.

Таким чином, підвищення якості обслуговування сьогодні є вже не інновацією, а вимогою часу, адже саме завдяки якості формується гнучкий механізм управління підприємствами ресторанного господарства та підвищенням конкурентоспроможності закладів. У теперішніх кризових умовах підвищення якості обслуговування – це не зайві капіталовкладення, а засіб оптимізації операційних витрат та полегшення роботи персоналу, інструмент пошуку резервів збільшення ефективності діяльності підприємства та його адаптації до несприятливого середовища, що в сукупності є не альтернативним, а вирішальним варіантом подальшого розвитку ресторану

УДК: 338.22.021.4

Гончаренко Н. Г.,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту та військового господарства,

Замковий Я. В.,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету логістики

Національна академія Національної гвардії України, Харків

Управлінські рішення в системі менеджменту підприємств

Жодне підприємство, організація або ж установа не може існувати без

налагодженої системи управління. Саме за допомогою управління вирішуються стратегічні, тактичні та оперативні завдання, які дають можливість ефективно працювати, досягати поставленої мети, реалізувати місію підприємства та отримувати сталі прибутки.

Якщо розглядувати процес управління як систему, то серед складових елементів необхідно особливу увагу приділити процесу вироблення та прийняття управлінських рішень. Слід відмітити, що це один з найскладніших та вирішальних етапів в системі менеджменту. Оскільки від правильності та послідовності дій в ході прийняття управлінських рішень підприємство або ж досягає поставленої мети, або ж існує в умовах невизначеності та збитковості.

Слід зазначити, що для того, щоб правильно оцінити ситуацію підприємствам, перш за все, необхідно провести детальний аналіз його діяльності. Виявити позитивні та негативні сторони в організації виробництва і тільки на підставі глибокого дослідження та злагодженості колективу виділити головні проблеми підприємства [1, с. 685]. Необхідно також приймати до увагу і те, що будь-яке підприємство, організація чи установа знаходяться постійно у взаємозалежності з іншими підприємствами. Кожне підприємство існує в умовах внутрішнього та зовнішнього середовища, а відтак і управлінські рішення, які виробляються на підприємстві, повинні прийматися з урахуванням цих стосунків та взаємозв'язків. Вони повинні створювати такі умови, за яких будуть враховані всі можливі загрози та шляхи їх подолання.

Аналізуючи дослідження провідних вчених, слід відмітити, що ряд авторів розглядають процес прийняття та реалізації управлінських рішень саме в умовах невизначеності ситуації. Так Д. В. Кабаченко в своїх дослідженнях відмічає, що «Обґрунтування і вибір конкретних управлінських рішень, пов'язаних з фінансовими ризиками, базується на концепції та методології теорії прийняття рішень. Ця теорія припускає, що рішенням, пов'язаним з ризиком, завжди властиві елементи невідомості конкретного поведінки вихідних параметрів, які не дозволяють чітко детермінувати значення кінцевих результатів цих рішень» [2, с. 109].

Тут вирішальне місце належить керівнику підприємства. Оскільки саме він в змозі вірно розподілити обов'язки серед виконавців та створити такі умови в колективі, що будуть об'єднувати всіх учасників від працівників до управлінської ланки.

Таким чином, управлінські рішення – це послідовний ланцюжок, який включає в себе глибокі аналітичні процеси, виділення проблеми та побудова плану дій її вирішення. Ефективне рішення проблеми буде характеризуватися мінімумом затрат та сталістю прибутку, а в майбутньому і нарощуванням обсягів виробництва продукції та додатковими доходами.

Кожне управлінське рішення виробляється на підставі достовірної системи інформації як внутрішньої так і зовнішньої. А відтак роль інформації набуває особливого значення [3, с. 53]. Від того наскільки грамотно підібрана та опрацьована економічна інформація про діяльність підприємства, керівництво буде формувати низку розпорядчої інформації за допомогою якої будуть

впроваджуватися прийняті рішення.

В ході цього слід побудувати план дій, які будуть поступово вирішуватися. Це також один з відповідальних етапів, а його роль буде реалізуватися в процесі оперативного управління та обирати найменш затратні варіанти рішення проблем та найбільш ефективні управлінські рішення.

Не мало важливим аспектом в цій роботі є розробка та побудова моделі, де враховуються всі чинники, можливі загрози та варіанти різного виходу із можливих ситуацій. Для цього менеджерами системи управління підприємства як правило будується матриця оптимальних варіантів.

Таким чином, управлінські рішення відіграють вирішальну роль в формуванні успішного підприємства та створення на ньому дієвої та ефективної системи менеджменту, а сам процес їх вироблення пов'язаний з цілою низкою послідовних економічних розрахунків та побудові найбільш оптимальної моделі рішення проблеми.

Література

1. Гончаренко Н. Г. Роль комплексного системного аналізу в управлінні підприємством. *Економіка та суспільство*, 2017. № 12. с. 683-686.

2. Кабаченко Д. В. Прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності та ризику. [*Економічний вісник Національного гірничого університету*](#), 2017. № 2. С. 107-115.

3. Гончаренко Н.Г. Прийняття обґрунтованих управлінських рішень на підставі економічного аналізу господарської діяльності підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*, 2020. Випуск 30. с. 52-54.

УДК: 339. 138..

Гончаренко Н. Г.,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту та військового господарства,

Зубов Д. В.,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету логістики

Національна академія Національної гвардії України, Харків

Інформаційна складова в системі управління маркетинговою діяльністю підприємства

Успіх сучасних підприємств залежить не лише від їх виробничої діяльності, а й від того, наскільки ефективна та продумана маркетингова політика. Управління маркетинговою діяльністю підприємства багато в чому залежить від певних її складових до яких, в першу чергу, слід віднести побудову надійної інформаційної системи.

Інформаційні системи – це той елемент, який отримують в результаті проведення маркетингових досліджень для виявлення думок споживачів та їх прихильності до товару, марки тощо. А від так маркетингова політика буде ефективна лише в тому випадку, коли в повному обсязі буде відповідати вимогам, які пред'являються суспільством до товару, ціни та якості продукції. А для того, щоб управляти цими процесами, необхідно володіти інформацією про ці складові. Все це вказує на те, що саме інформаційна складова стає невід'ємним елементом в системі управління маркетинговою діяльністю.

Надійна інформаційна система маркетингу буде сприяти підвищенню конкурентоспроможності підприємства, що за сучасних умов є головним джерелом успішної діяльності. Крім того, інформаційна складова дасть можливість створити ефективні засоби просування продукції на ринку та додаткові можливості інформування населення про товар, марку або ж підприємство [1, с. 108].

Розглядаючи питання інформаційної складової маркетингової діяльності слід відмітити, що головна увага в цьому питанні належить таким етапам, як збирання необхідної вхідної інформації, формуванні інформаційних масивів баз даних, методам та прийомам обробки інформації. Саме такий ланцюжок здатний виявити проблеми та недоліки в організації роботи підприємств та прийняти відповідні управлінські рішення їх подолання. Крім того, якщо створюються великі масиви інформації, то вони будуть сприяти вирішенню питання управління маркетинговою діяльністю на всіх етапах життєвого циклу продукту, що буде сприяти формуванню позитивного іміджу підприємства.

При формуванні масиву інформації слід завжди пам'ятати про принципи побудови інформаційних систем та про необхідність її перевірки на всіх стадіях використання. Тільки при дотриманні цих умов інформація дійсно буде дієвою, а управління нею буде носити обґрунтований характер [2, с. 146].

Так Кіпоренко С. С., Топіна Р. П. відмічають, що «Роль інформаційної системи в управлінні маркетинговою діяльністю підприємств полягає у визначенні потреб в інформації для маркетингового управління, її одержанні та у своєчасному наданні необхідної інформації менеджерам для прийняття рішень. Цілком очевидно, що розробка та впровадження елементів маркетингових інформаційних систем у практичну діяльність будь-якого підприємства забезпечить йому оперативний доступ до даних про ринкову ситуацію і якісну перевагу над конкурентами.

Розглядаючи систему маркетингової інформації як сукупність пов'язаних структурних частин і відносин єдиної системи, можна побачити необхідність вивчення оптимізації та результативності роботи системи маркетингової інформації, яка здатна вплинути на економічний стан окремого підприємства і регіону в цілому» [3].

В цілому ж інформаційна складова при управлінні маркетинговою діяльністю підприємств є дієвим засобом прийняття та реалізації управлінських рішень. Вона носить не стільки інформативний характер, а більш направлена на глибокі аналітичні дослідження ринку та виявлення будь-яких відхилень від

запланованих результатів. В свою чергу в оперативному управлінні це дає можливість мінімізувати витрати виробництва та сприяти підвищенню якості продукції і, як результат, отримувати сталі економічні прибутки та підвищувати конкурентоспроможність підприємства.

Література

1. Гончаренко Н.Г. Проблеми конкурентоспроможності підприємства та роль комплексної оцінки результатів його діяльності. *Науковий вісник Херсонського державного університету (серія «Економічні науки»*, 2017. № 27-3. с. 107-110.
2. Гончаренко Н. Г. Роль економічної інформації в прийнятті ефективних управлінських рішень. *Науковий вісник Херсонського державного університету (серія «Економічні науки»*), 2018. № 28-2. с. 145-148.
3. Кіпоренко С. С., Топіна Р. П. Використання інформаційних систем в управлінні маркетинговою діяльністю підприємств. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>.

УДК: 331. 101. 262.

Гончаренко Н. Г.,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту та військового господарства,

Піддубний Ю. Г.,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Стимулювання праці – дієвий елемент в управлінні підприємствами

Сьогодні Україна намагається інтегруватися в світовий економічний простір. В зв'язку з цим керівництво країни проводить реформування всієї економічної системи. Це в свою чергу вимагає і проведення кардинальних змін на самих підприємствах, оскільки саме виробнича ланка і буде забезпечувати реалізацію реформ, а їх успішна діяльність буде залежати від того наскільки вміло вони зможуть пристосуватися до цих змін.

Беручи до уваги дані обставини, слід відмітити, що сучасні підприємства мають низькі показники продуктивності праці, а від так і низьку оплату праці в порівнянні з аналогічними європейськими країнами. Рівень оплати праці на підприємствах, як правило, не перевищує мінімальної заробітної плати, що не зацікавляє працівників в кінцевих результатах. Крім того, взагалі, мало уваги приділяється питанням стимулювання праці та впровадження нових їх форм та методів.

Низька заробітна плата та відсутність дієвих стимулів праці призводить до того, що більша частина найбільш активного населення намагається знайти

роботу за межами країни. А це призводить до скорочення робочої сили та до дефіциту спеціалістів. За цих умов необхідно створити дієві механізми стимулювання праці, які б були цікаві одночасно і працівникам і підприємцям. Для працівників це буде створювати зацікавленість в результатах праці, а для підприємців джерелом підвищення її ефективності. В першу чергу це стосується матеріального стимулювання праці. Так Григор'єва О.В. та Шуткіна І.С. зазначають: «Удосконалення системи оплати праці повинно відбуватися в результаті оцінки величини робочої сили, в основі якої лежить вартість життєвих благ і послуг, необхідних для нормального життя працівника і членів його сім'ї, проте підвищення заробітної плати повинно природно ґрунтуватись на підвищенні продуктивності праці» [1, с. 767].

Стимулювання праці необхідно розглядувати у взаємодії матеріальних та нематеріальних чинників. Так матеріальне стимулювання дає можливість зацікавити працівників, а не матеріальні стимули праці створюють умови до зростання професіоналізму, підвищення службовими сходінками, що в результаті також створює додаткову матеріальну зацікавленість [2, с. 297].

В процесі удосконалення діючих форм та систем оплати праці необхідно виходити з інтересів як працівників так і підприємців. Так Іванова М.І., Варяниченко О.В. вказують на те, що «Вибір оптимального методу оплати праці стає однією з найбільш вагомими конкурентною перевагою підприємства, оскільки дозволяє збалансувати витрати підприємства на заробітну плату і зберегти здорові умови праці в колективі. Серед основних проблемних питань, з якими стикаються сучасні підприємства, з одного боку, та працівники, з іншого, є низький рівень оплати праці, який не відображає кінцеві результати роботи, до того ж бажання роботодавців зменшити офіційні виплати з метою економії на операційних витратах» [3].

Взагалі, оплата праці завжди вважалася дієвим стимулом, але останнім часом вона втратила цю функцію [4, с. 285]. Це призвело до різкого скорочення рівня продуктивності праці та до зниження економічної ефективності самих підприємств. Приймаючи до уваги те, що Україна сьогодні намагається інтегруватися в світову економічну систему, необхідно прикласти максимум зусиль, щоб вийти на міжнародний рівень. І в першу чергу це стосується саме тих стимулів, які є найбільш дієвими та швидко дають результат. Тож в першу чергу і необхідно змінити підходи до сучасних стимулів праці та задіяти їх як один з головних управлінських елементів.

Література

1. Григор'єва О.В. Шуткіна І.С. Застосування сучасних систем оплати праці на підприємствах України. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 2015. Випуск 5. с. 764-767.

2. Гончаренко Н.Г. Матеріальне стимулювання праці як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва (серія «Економічні науки»*, 2016. № 1. с. 295 – 300.

3. Іванова М.І., Варяниченко О.В. Порівняння та використання сучасних методів організації оплати праці. *Ефективна економіка*, 2017. № 5 – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/>

4. Гончаренко Н.Г. Реалії сучасної заробітної плати. *Економіка та суспільство*, 2016. № 6. с. 283-287.

УДК 331

Гончарова Т.А.,

викладач кафедри управління та організації діяльності в сфері цивільного захисту
Національний університет цивільного захисту України, Харків

Удосконалення системи управління охороною праці в процесі євроінтеграції України

У ринкових умовах метою кожного підприємства є втриматися на ринку й одержати прибуток. Досягнення цих умов стане можливим, якщо втрати підприємства будуть нижчими від заробленого прибутку. Виявилось, що краще обмежувати втрати, ніж підвищувати дохід шляхом підвищення продажу або підвищення ціни.

Втрати підприємства, на які можна впливати, значною мірою пов'язані з охороною праці. Нещасні випадки на виробництві зумовлюють значні втрати часу, підвищення страхових внесків, знищення або пошкодження обладнання, зниження продуктивності праці, значні штрафні санкції, витрати коштів на експертизи та ін. Відомі випадки, коли аварії спричиняли катастрофічні наслідки, і підприємства переставали існувати.

Охорона праці включає в себе не тільки попередження травматизму та профзахворювань на робочих місцях, а й питання безпеки продукції, що виробляється, охорону навколишнього середовища, безпеку працівників підприємств, відвідувачів тощо.

У західних країнах застосовуються такі підходи до управління охороною праці:

— підхід ISRS (International Safety Rating System), який базується на концепції Loss Control Management, тобто оцінці безпеки на підприємстві управління втратами; призначений для оцінки ефективності управління охороною праці та її сертифікації;

— підхід OHSAS (Occupational Health and Safety Assessment System) — система управління безпекою і гігієною праці, котра діє з 1999 р. і застосовується для аудиту та видачі сертифікатів на системи управління охороною праці;

— управління ризиком на підприємстві;

— інтеграція системи управління охороною праці з управлінням якістю (ISO 9001:2000), охороною навколишнього середовища (ISO 14001:1996) і безпекою (OHSAS 18001:1999).

— подальше вдосконалення системи.

Натеперрозроблений новий стандарт ISO 45001 (Системи менеджменту охорони праці та техніки безпеки). Загальна мета, зміст та сутність його практично повторює BS OHSAS 18001:2007. Однак стандарт ISO 45001 має нову структуру й форму, яка повністю враховує нові правила розробки стандартів на системи менеджменту згідно з додатком SL «ISO/IEC Directives, Part 1, Consolidated ISO Supplement, 2014».

Деякий досвід, який мають підприємства України з використання міжнародних стандартів по забезпеченню гідних умов праці, страхові експерти Фонду страхування від нещасних випадків на підприємствах намагаються розповсюджувати між всіма страхувальниками та проводити пропаганду серед роботодавців, щодо доцільності впровадження міжнародних стандартів, які дозволяють не лише знизити рівень травматизму а й попередити його в подальшому. А це несе і економічні вигоди для роботодавця і підвищує конкурентоздатність його підприємства на зовнішніх ринках.

Тому, може бути доцільно у чинні на підприємствах Положення про систему управління охороною праці додати:

— порядок розробки політики і стратегії підприємства щодо охорони праці, підвищення зобов'язань і відповідальності керівництва;

— порядок ідентифікації, оцінки професійних ризиків і прийняття заходів, щодо усунення неприпустимих ризиків на робочих місцях і видах робіт;

— порядок здійснення постійного моніторингу, внутрішнього та зовнішнього аудиту стану охорони праці й проведення сертифікації система управління охороною праці відповідно до міжнародних стандартів.

Суспільство вимагає від підприємств, організацій і установ зниження професійного ризику, травматизму, хвороб, аварій, поліпшення стану охорони праці й системи управління нею. Україна є часткою міжнародної спільноти і продовжує шлях євроінтеграції. Використання міжнародних стандартів з управління охороною праці та втілення вимог цих стандартів на підприємствах України є, зокрема, однією з умов євроінтеграції країни.

Література

1. Новий стандарт ISO 45001 "Системи менеджменту охорони праці та техніки безпеки"
2. BS OHSAS 18001:2007 "Системи менеджменту гігієни і безпеки праці. Вимоги"
3. ISO 9001, ISO 14001, ISO 5000.
4. Беліков А. С., Дмитрюк С. П. Основи охорони праці. 2007.
5. Бедрій Я. І., Геврик Є. О., Кіт І. Я., Мурін О. С., Єнкало В. М. Охорона праці. — Л., 2000.
6. Жидецький В. П., Джигирей В. С, Мельников О. В. Основи охорони праці: Підручник. — 5-те вид., перероб і доп. — Л.: Афіша, 2001. — 350 с.
7. Рекомендації щодо побудови системи управління охороною праці на виробництві. Затв. наказом МНС України № 398 від 27.06.2006 р.

Гордєєв А.С.,
доктор технічних наук,
професор кафедри комп'ютерних систем та технологій,
Скорик С.О.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності «186 Видавництво та поліграфія»
Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

Особливості створення конкурентноспроможного і ефективного логотипу

Будь-яка комерційна організація прагне отримувати достойний прибуток від своєї діяльності. Для цього необхідно створювати той товар, який підійде споживачеві і він захоче його купити. В іншому випадку вироблена продукція не буде бажаною. Саме для цієї мети необхідно виготовляти конкурентноспроможну продукцію.

Конкурентноспроможність продукції – це сукупність якісних і фінансових показників, які дозволяють їй вигравати в очах покупців перед аналогами. Факторів, що впливають на цей показник досить багато, тимбаче залежно від виду діяльності вони можуть відрізнятись.

Метою даного дослідження є виявлення особливостей створення конкурентноспроможного логотипу на ринку праціта визначення методики оцінки.

Питанням в області брендингу та фірмового стилюбагато уваги приділяють у своїх наукових працях вітчизняні й іноземні вчені, а саме: Брінгхерст Р., Гордон Ю., Дайкель Д., Королькова А., Лебедєв А.А., Леонтьєв А.Н., Мазурина Т.А., Мильчакова Н.Є., Прінгл Х., Райє Л., Семенов В. Б., Соловійов С.А., Тодоров Ц., Фолі Д., Ельбрюнн Б., Яненко М.Б. та ін.

Питанням в області теорії і практики графічного дизайну присвячені роботи як закордонних так і вітчизняних вчених, зокрема Морісон С., Панов Е.А., Рудер Е., Самара Т., Саттон Т., Серов С.І., Туемлоу Т., Фелічі Д., Цапф Ч., Чіхольд Я., Шіцгал А.Г., Шорохов Є.В., Шпікерман Е. та ін.

Ваш логотип - це те, як люди сприймають вас, і те, що допомагає відрізнити вас від конкурентів. Але в той же час люди оцінюють вас не за якістю і крутизні вашого логотипу, а за якістю вашого продукту або послуги. Таким чином, ці речі не менш важливі.- Роберт Джонс.

Кожен день ми бачимо до 15 000 рекламнихносіїв і логотипів. Вони покликані нагадувати цільової аудиторії про компанію, проект або продукт. Для власника бізнесу логотип - фундамент, на якому ґрунтується впізнаваність його бренду. Тому дизайн логотипу повинен бути оригінальним, свіжим і цікавим, саме це робить його ефективним.

Найчастіше перед тим, як замовити дизайн логотипу власники бізнесу кажуть:потрібно, щоб логотип чіпляв,необхідно, щоб логотип запам'ятовувався, або ж, щоб логотип відображав суть діяльності.

У кожному логотипі, є прихований сенс, гра з цільовою аудиторією, в якій

народжуються асоціації. Ніщо так не допомагає запам'ятати образ, як причинно-наслідкові зв'язки, до яких людина прийшла самостійно. Графічний елемент (логотип) утворює єдиний ланцюжок з назвою компанії і легендою бренду, а разом вони працюють на впізнаваність продукту.

Перед початком створення логотипу дуже важливо провести попередній аналіз вашого бізнесу, ніши, конкурентів. Аналіз допоможе прокласти шлях до успішного створення логотипу фірми, краще зрозуміти, в чому особливості вашого бізнесу, яку ідею і якості ви хочете донести клієнтам, і в чому ваша відмінність від конкурентів. Аналіз конкурентів повинен, допомогти з'ясувати, чому логотипи конкурентів працюють або, навпаки, не працюють і, не допустити створення схожого логотипу. [1]

Важливо розуміти чого хочуть ваші клієнти, встановити раціональні цілі і визначити, що яку реакцію логотип повинен викликати. Тоді він буде таким, що запам'ятовується і чіпляє.[2]

Ефективність логотипу визначає не тільки візуальний образ. Щоб логотип припинився з графічного елементу в маркетинговий інструмент нам потрібно створити концепцію, в тут в хід йде і маркетинг, і психологія, і дизайн. Графічний знак повинен добре виглядати незалежно від розмірів рекламного носія.

Ніколи не беріть за основу логотипи більш відомих брендів. Інакше в підсвідомості вашої цільової аудиторії виникнуть асоціацію не з вашою компанією, а з більш відомим і розкрученим брендом.

Деякі з логотипів можуть грати з аудиторією, показувати більше тим, хто в змозі бачити більше, містити в собі багато інформації про бренд. І все, що потрібно зробити - просто вдивитися в деталі і захопитися дотепністю авторів і вмінню вкласти багато в мале.

Виходячи з вищесказаного, можна дійти висновку, що при створенні логотипу необхідно враховувати досить багато факторів, які впливають на його ефективність і конкурентноспроможність, при цьому він повинен бути унікальним і простим.

Література

1. Дობробабенко М.С. «Фірмовий стиль: принципи розробки.- М:Инфра-М., 2002 -з. 234.
2. Вільямс Р. «Не дизайнерська книга про дизайні» - М:Инфра-М., 2006 - з. 67.
3. Історія великих логотипів.[Електронний ресурс]. URL: <http://nevseдома.com.ua/index.php?newsid=109316>

Грабовський Є.М.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри комп'ютерних систем та технологій,
Костенко І.М.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія»
кафедри комп'ютерних систем та технологій
Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

Створення комп'ютерної 2D-анімації та використання її у навчальному процесі

На сьогоднішній день комп'ютерної анімації займає важливу роль у створенні мультимедійного контенту тому, що вона є ефективним та цікавим засобом донесення інформації. Зростаюча кількість анімаційних стрічок, що виходять у прокат, анімаційних роликів, що з'являються в цифрових мережах і на телебаченні, збільшення анімаційного контенту, що використовується у навчанні свідчать про популярність анімації та її важливості, як невід'ємного елементу медійного простору.

Сьогодні анімація використовується і для створення електронних підручників, і для розробки іншого програмного забезпечення в рамках освітньої системи, для створення презентацій та звітів із пройденого матеріалу. Особливо ефективна вона в створенні матеріалів для шкільних дисциплін, дітям цікаво бачити оживилих мультиплікаційних героїв і спостерігати за їх діями.

Сприйняття інформації за допомогою таких методів допомагає отримати більш глибокі враження та привернути увагу аудиторії, створити стимули продовжувати навчання даної дисципліни. Анімаційні ролики мають величезний вплив на аудиторію трьома різними способами: візуальним, слуховим і кінестетичним. Кінестетична система сприйняття інформації має особливе значення, саме з нею пов'язано таке явище, як моторна пам'ять та можливість довести навички до автоматизму, тобто, перевести на рівень підсвідомості [1].

На сьогоднішній день анімаційні технології сильно розвинуті та продовжують розвиватися швидкими темпами. Це дає можливість включати більш сучасні елементи у навчальний процес і проводити заняття якісно та організовано. Лекції, лабораторні роботи, модулі та тестові завдання, за допомогою анімації вони стають більш зрозумілими та доступними кожному учневі.

Таким чином, використання комп'ютерної анімації у навчанні дозволяє міцніше з'єднати чуттєве пізнання з розумовою діяльністю учнів та відкриває для них нові можливості самостійного пізнання навчального матеріалу.

В ході аналізу сучасних методів створення комп'ютерної 2D-анімації було визначено, що найбільш розвинутим та ефективним в плані досягнення високоякісного анімованого контенту є метод зворотної кінематики.

Зворотня кінематика (інверсна кінематика) – спосіб визначення руху

системи пов'язаних елементів (частин) об'єкта, при якому для одного елемента задаються ключові положення і характер переміщення між ними, а положення і переміщення інших елементів розраховуються автоматично з урахуванням зв'язків у системі[2].

Сутність цього методу полягає у тому, що потрібно створити скелет, який представляє собою, як правило деревоподібну структуру кісток, в якій кожна наступна кістка прив'язана до попередньої, тобто повторює за нею руху та повороти з урахуванням ієрархії в скелеті. Далі кожна вершина моделі прив'язується до будь-якої кістки скелета. Таким чином, при русі окремої кістки рухаються і всі вершини, прив'язані до неї. Завдяки цьому завдання аніматора сильно спрощується, тому що відпадає необхідність анімувати окремо кожен вершину моделі, досить лише задавати положення та поворот кісток скелета [3, 4].

Один з найбільш потужних програмних засобів для створення комп'ютерної 2D-анімації є графічне середовище Animate CC компанії Adobe. Дуже важливо, що на базі комп'ютерного графічного редактора Adobe Animate CC можна розробляти мультимедійні інтерактивні онлайн-курси, пізнавальні ігри, різні анімаційні об'єкти, які можна використовувати в створюваних електронних підручниках, відеороликах та інших освітніх ресурсах. Графічний редактор Adobe Animate CC має досить великим вибором інструментів для малювання та оптимізації зображень, за допомогою яких можна створити анімовану ілюстрацію або динамічну імітацію будь-якого процесу або явища.

Також слід відмітити, що програмне забезпечення Adobe Animate CC дозволяє створювати анімацію різними способами, які можна використовувати кожен окремо, як самостійний інструмент або створити анімацію поєднуючи різні способи.

Виходячи з цього, можна зробити висновок, що тема використання комп'ютерної анімації у навчальному процесі є актуальною, а обраний метод її створення є найбільш ефективним.

Література

1. Применение анимации в обучении. [Електронний ресурс]. URL: <http://s-lms.ru/animacion/item/45-применение-анимации-в-обучении>.
2. Анимационные термины. [Електронний ресурс]. URL: <http://animation-ua.com/ru/shkola/sovety-animatora/100-animacionnye-terminy>.
3. Википеди. Инверсная кинематика. [Електронний ресурс]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Инверсная_кинематика.
4. Википеди. Скелетная анимация. [Електронний ресурс]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Скелетная_анимация#Скелетная_анимация_двумерных_моделей.

Гринько Т. В.,
доктор економічних наук,
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

Стратегічна розвідка як невід’ємна частина стратегічного управління у сучасних ринкових умовах

Великі компанії, які займають певну нішу на ринку, завжди в своїй діяльності враховують тенденції розвитку ринку. В основі їх прогнозів майбутнього розвитку полягають такі стандартні методи як: методи сценарного планування, аналіз ринку споживачів та конкурентів, розробка стратегічних планів компанії. Інші спрямовують увагу на дослідження перспектив розвитку ринку споживачів та змін їх смаків і потреб у майбутньому. Однак в сучасних умовах, коли доступ до інформації стає все більш можливим для широкого кола економічних суб’єктів, більшість американських і європейських компаній почали розвивати такий напрям, як стратегічна розвідка та конкурентна розвідка.

Стратегічна розвідка – розвідувальна діяльність з метою отримання інформації про стратегічний потенціал та стратегічні наміри розвідувальної держави, організації або іншої соціальної спільноти, що впливає на вироблення стратегії [1].

Як стверджують лідери компаній як у Європі так і в США, розвиток і створення відділів конкурентної розвідки – це веління часу і єдиний спосіб лишитися «на плаву» в умовах сучасного конкурентного середовища. Так, відомий спеціаліст у сфері конкурентної розвідки, Ларрі Каханер [2] стверджував: «Ми вже живемо не в століття інформації, а у вік розвідки».

При створенні відділу конкурентної розвідки необхідно чітко розуміти які функції він буде виконувати, і які можливості це може відкрити для компанії. Більшість суб’єктів господарювання до основних функцій відділу конкурентної розвідки відносять:

- збір та аналітична обробка інформації про переваги і слабкі сторони конкурентів компанії;

На цьому етапі відбувається збір інформації про конкурентів, можливі тенденції їх розвитку та спаду.

- розвідка за певними напрямками та цілями;

Тут проводиться аналіз перспективи розвитку ринку, технологій, нових можливостях на старих та можливих нових ринках.

- аналіз методів стратегічного управління конкурентів;

Необхідно провести аналіз управлінських стратегічних і оперативних рішень в тих чи інших ситуаціях, та використання даного досвіду, щоб попередити можливі неприємності, або навпаки пришвидшити розвиток очікуючи певних результатів і бути готовими до них.

- структурування інформації та донесення її до вищого керівництва з стратегічними рекомендаціями.

На завершальному етапі необхідно систематизувати та проаналізувати отримані дані та винести їх на розгляд керівництва та спеціалістів фірми для прийняття стратегічного рішення виходячи з конкурентної розвідки.

Весь пакет розвідувальних даних повинен регулярно розглядатись і враховуватись при прийнятті стратегічних рішень.

На території України, як термінологія так і введення конкурентної розвідки почали набирати популярності відносно нещодавно. Найбільшим «гальмом» для розвитку цього напрямку на території України є консервативні погляди на радикально нові підходи у плануванні ті розробці стратегічних планів, розвитку стратегічної розвідки, збору та аналізі інформації. Тому що процес створення відділу конкурентної розвідки доволі важкий і матеріально затратний та потребує чіткого розуміння того, яких перспектив розвитку в майбутньому може принести конкурентна розвідка у майбутньому. Якісна стратегічна розвідка може надати чітке розуміння пропозицію фірми відносно конкурентів і спростити прийняття стратегічних рішень, завдяки аналізу конкурентів, їхніх сильних і слабких сторін, ринків збуту та постачальників.

Одним із найбільш розповсюджених видів стратегічної розвідки, який використовують на практиці українські підприємства є бенчмаркінг.

Бенчмаркінг (англ. Benchmarking) – це процес пошуку стандартного чи еталонного економічно ефективнішого підприємства-конкурента з метою порівняння з власним та переймання його найкращих методів роботи.

Бенчмаркінг – безупинний систематичний пошук і впровадження найкращих практик, що приведуть організацію до досконалішої форми. Дієвий інструмент для визначення становища компанії порівняно з іншими, подібними за розмірами та сферою діяльності, організаціями [3].

Даний вид конкурентної стратегії передбачає не тільки співставлення з конкурентами, а й вивчення їхнього успішного досвіду господарювання. Для закріплення лідируючих позицій на ринку, необхідно зосередитись на основних аспектах які дозволяє покращити ця стратегічна розвідка, а саме:

- розробити продукцію, показники якості якої переважають показники аналогів;
- унікальну властивість;
- бездоганний рівень сервісу та обслуговування.

Отже, впровадження стратегічної розвідки як системного інструменту стратегічного управління в діяльність вітчизняних підприємств допоможе підприємствам забезпечити високий рівень конкурентоспроможності, закріпити та розширити свої позиції на ринку, надасть можливість для подальшого розвитку, і відкриє шлях не тільки до нових ринків збуту та пошуку клієнтів на території України а й далеко за її межами.

Література

1. Стратегічна розвідка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Стратегічна_розвідка

2. Каханер Л. «Competitive Intelligence» (Kahaner, L. Competitive Intellegense. Simon & Schuster), 2007р.
3. Бенчмаркінг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://uk.wikipedia.org/wiki/ Бенчмаркінг](https://uk.wikipedia.org/wiki/Бенчмаркінг)
4. Гринько Т. В. Формування стратегії розвитку вітчизняних підприємств / Т. В. Гринько // Прикладна статистика: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – 2013. – Вип. 12. – С. 67–73.

УДК 333.2.001

Гулак А.Л.,
старший викладач
Запорізька державна інженерна академія

Планування та аналіз поточних витрат підприємства

Однією з найважливіших і найскладніших проблем для підприємців, що здійснюють господарську діяльність, є потреба вибору найприбутковішого варіанту управління витратами в системі стратегічного розвитку підприємства. У системі управління витратами підприємства особливої актуальності набуває планування і контроль поточних витрат.

Саме вибір найкращого варіанту планування і контролю поточних витрат є важливою умовою успішної діяльності підприємства, що дає змогу досягти оптимального рівня витрат виробництва, внаслідок чого зростає конкурентоздатність продукції та стає реальним досягнення довгострокового економічного зростання підприємства.

Проблеми теоретичних основ та практичного застосування різних систем планування і контролю поточних витрат знайшли своє відображення в працях вітчизняних і закордонних учених: К. Вілсона, К. Ларіонової, С. Ніколаєвої, О. Орлової, Т. Примака, Є. Рясних, Дж. Сігела, С. Сінка, С. Стукова, В. Суржика, Р. Хілтона, Л. Хлапенова, Ю. Цал – Цалка, М. Чумаченкатаін.

Основна мета діяльності більшості підприємств – максимізація прибутку. Можливість досягнення цієї стратегічної мети залежить від рівня витрат на виробництво і реалізацію продукції. У таких умовах все більше зростає роль витрат як невід’ємної та об’єктивної складової виробничо-збутового процесу.

Поняття витрат виникло і досліджувалось ще з давніх часів. На сучасному етапі дослідження цього терміну, його трактування ґрунтується насамперед на регламентації, що зазначена в нормативно-правових актах. Відтак, розгляд сутності поточних витрат підприємства доцільно здійснювати у контексті нормативно-правового забезпечення та з урахуванням поглядів сучасників-економістів [2].

Для визначення витрат з точки зору нормативно-правового регулювання слід звернутися до Положення (стандарт) бухгалтерського обліку. Відповідно до якого під витратами звітного періоду визнаються або зменшення активів, або

збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства, за умови, що вони можуть бути достовірно оцінені [3].

Грещак М. Г. та Коцюба О. С. вважають, що витрати – це обсяг використаних ресурсів у грошовому вимірюванні для досягнення певних цілей [1].

На думку Турило А. М., витрати – це вартісне вираження абсолютної величини застосовано-спожитих ресурсів, необхідних для здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства і досягнення ним поставленої мети. Безперервні витрати існують постійно незалежно від виробництва та необхідні для управління виробництвом і забезпечення виробничої системи в стані готовності. Поточні витрати формують собівартість продукції [5].

Не дивлячись на те, що більшість науковців не можуть дійти до єдиного визначення поняття поточних витрат, всі вони відзначають особливу важливість планування та аналізу витрат в діяльності підприємства. Планування та аналіз витрат зводять до мінімуму підприємницькі ризики, що особливо актуально в час розгортання світової фінансової кризи.

Планування – це функція управлінської діяльності, що реалізується в поточних та перспективних планах на майбутнє. Тобто планування витрат – це визначення необхідної загальної вартості ресурсів (матеріальних, трудових, грошових) для виробництва заданого обсягу продукції, щоб забезпечити ефективну та безперебійну роботу підприємства, оптимізацію витрат у відповідних умовах функціонування, а також календарного фінансування поточних і капітальних витрат.

За способом розрахунку планових показників виокремлюють такі методи:

- експериментально-статистичний або дослідно-статистичний (середніх показників) передбачає використання фактичних статистичних даних за попередні роки для встановлення планових показників;
- факторний, відповідно до якого планові показники розраховують на підставі впливу найважливіших чинників;
- нормативний – сутність якого полягає в розрахунку планових показників на основі прогресивних норм використання ресурсів.

М. Д. Білик виділяє окремо наступні методи планування: балансовий, нормативний, розрахунково-аналітичний, оптимізації планових рішень, моделювання. Дані методи включають конкретні способи і прийоми планових розрахунків [6].

Плануванню витрат передують всебічний аналіз поточних витрат, результатом якого є виявлення резервів зниження витрат. Отримані дані такого аналізу використовуються при плануванні витрат на наступні періоди, а також при розробці заходів із підвищення ефективності виробництва.

Аналіз витрат дозволяє встановити залежність співвідношення між рівнем отриманих доходів і зазначених витрат підприємства за той самий проміжок часу; здійснити вертикальний і горизонтальний аналіз динаміки і структури витрат та оцінити ефективність їх здійснення та відповідність ресурсній і ціновій політиці підприємства.

Ефективність системи управління витратами підприємства багато в чому

залежить від правильної організації їхнього аналізу. Об'єктами аналізу витрат підприємства є такі показники як: абсолютна сума операційних витрат у цілому і за елементами; витрати на гривню продукції; собівартість окремих виробів; окремі статті витрат; витрати в центрах відповідальності.

У процесі аналізу витрат фінансовий відділ підприємства має вивчити динаміку понесених витрат, виконання плану за статтями витрат, знайти відхилення та на основі проведених порівнянь за всіма показниками зробити висновки. Важливим етапом аналізу витрат є вивчення причин підвищення собівартості продукції, який включає аналіз калькуляцій окремих виробів, порівняння фактичних витрат на одиницю продукції з плановими, даними попередніх років, інших підприємств.

Таким чином, планування та аналіз поточних витрат підприємства — це необхідні процеси в діяльності суб'єкта господарювання, що дозволяють здійснювати раціональне використання ресурсів та знаходити шляхи зменшення витрачених ресурсів, на основі проведених досліджень.

Література

1. Грещак М. Г. Управління витратами / М. Г. Грещак, О. С. Коцюба. — К. : КНЕУ, 2006. — 131 с.
2. Дуляба Н. І. Соціально-економічна суть та місце поточних витрат у діяльності підприємства / Н. І. Дуляба, М. Г. Шкиря // Науковий вісник НЛТУ України. — 2014. — Вип. 24 (4). — С. 290–295.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999, № 318 (із змінами та доповненнями).
4. Сухарева Л. А. Контролінг — основа управління бізнесом / Л. А. Сухарева, С. Н. Петренко. — К. : Ника-центр, 2005. — 208 с.
5. Турило А. М. Управління витратами підприємства / А. М. Турило, Ю. Б. Кравчук, А. А. Турило. — К. : Центр навчальної літератури, 2006. — 120с.
6. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / М. Д. Білик, О. В. Павловська, Н. М. Притуляк, Н. Ю. Невмержицька. — К. : КНЕУ, 2005. — 592 с.

УДК 355.695

Дерев'яно М.О.,
старший викладач кафедри технічного та тилового забезпечення
факультету логістики, підполковник,
Путро О.О.,
старший викладач кафедри технічного та тилового забезпечення
факультету логістики, підполковник
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Забезпечення підрозділів НГУ пальним під час ведення бойових дій в сучасних умовах

Забезпечення підрозділів НГУ паливом в ході ведення бойових дій в сучасних умовах являє собою комплекс заходів щодо визначення потреби в паливі, необхідному для забезпечення ведення бойових дій, створення і підтримання встановлених запасів пального, підвозу пального, необхідного для заповнення його витрати і втрат, заправці техніки якісним паливом, забезпечення збереження пального в процесі його зберігання та транспортування.

За значущістю паливо є другим після боєприпасів видом матеріальних засобів.

Відповідно, в сучасних умовах, з огляду на високий рівень оснащення підрозділів НГУ різними видами озброєння і техніки забезпечення їх паливом є актуальним питанням сьогодення. Ефективне ведення бойових дій без забезпечення підрозділів паливом можливо тільки протягом нетривалого періоду протягом якого рівень їх боєздатності знижується високими темпами.

Оснащення підрозділів НГУ сучасними засобами ураження (наприклад, різними видами високоточної зброї), управління і передачі інформації (різними автоматизованими комплексами і системами), ведення розвідки (безпілотними літальними апаратами; використання можливостей космічних супутників) значно підвищують можливості противника по виявленню і знищенню об'єктів з запасами пального.

В ході бойових дій необхідно серйозну увагу приділяти питанням прихованого переміщення і розміщення запасів пального, їх маскування, захисту, охорони та оборони. Одним із проблемних питань забезпечення підрозділів НГУ паливом в даний час є визначення оптимального розміру рухомих запасів пального.

Для вирішення цього питання запропоновано визначити залежність специфіки діяльності підрозділів, оптимальне співвідношення показників мобільності, автономності, і на підставі цього встановити диференційовані розміри утримання запасів палива.

Отже, зменшення встановлених розмірів запасів пального підвищує мобільність підрозділів НГУ і знижує ймовірність їх виявлення противником за рахунок зменшення кількості збережених запасів пального, і площі районів розміщення, протяжності колон техніки матеріального забезпечення. Однак в той же час зменшення розміру запасів пального підвищує залежність рівня боєздатності від поставок пального і призводить до зниження їх автономності у випадках оточення противником.

Збільшення встановлених розмірів запасів пального, навпаки, підвищує їх автономність, але знижує мобільність і підвищує ймовірність їх виявлення.

УДК: 336.63

Дикань О.В.,
доктор економічних наук, доцент,
завідувачка кафедри менеджменту і адміністрування,
Пашинський С.А.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Український державний університет залізничного транспорту, Харків

Система управління інвестиційними ризиками на підприємствах залізничного транспорту

Інвестиційна діяльність на підприємствах залізничної галузі пов'язана з великою кількістю ризиків. Необхідно враховувати, що інвестиції діляться на дві великі групи: реальні (прямі) інвестиції, які часто називають капітальними вкладеннями, і фінансові (портфельні) інвестиції. Ці групи визначають інвестиційні ризики, сутність і класифікація яких виражаються через області динамічних (спекулятивних) і статичних (чистих) ризиків.

Перша група викликана прийняттям рішень керівництвом компанії і може призвести до «перевороту» в шанси, тобто нести не тільки втрати, а й потенціал додаткових вигод. Друга група провокує втрати для бізнесу, персоналу і суспільства, наприклад, з-за технологічних провалів, стихійних лих, екологічних катастроф, шкоди здоров'ю працівників і т. п.

Необхідно відзначити, що основу інтегрованого ризику реального інвестування підприємств складають так звані проектні ризики, тобто ризики, пов'язані із здійсненням реальних інвестиційних проектів. У системі показників оцінки таких проектів рівень ризику займає третє за значущістю місце, доповнюючи такі його показники, як обсяг інвестиційних витрат і рівень чистого інвестиційного прибутку (чистого грошового потоку).

Зважаючи на те, що ризик пов'язаний з втратами або збитками, розглянемо основні види втрат підприємств залізничного транспорту у відповідності до типів інвестиційних ризиків.

Слід відзначити, що в першу чергу, інвестиційні ризики реалізуються у формі фінансових втрат, тобто у зниженні прибутку, доходів, капіталу, вартості бізнесу, зростанні витрат і збитків. Поряд з цим, слід розглядати втрати можливості ефективного господарювання й стратегічного позиціонування, тобто потенціалу конкурентостійкості.

З огляду на постулати теорії конкурентоспроможності [1-7], до основних компонентів потенціалу конкурентостійкості підприємств залізничного транспорту слід віднести ключові активи (ресурси та їх характеристики); ключові види діяльності (реалізація яких напряму залежить від клієнтів і бізнес-партнерів); ключові функції (переваги для соціально-економічної системи й суспільства). У відповідності до вищесказаного інвестиційні ризики АТ «Укрзалізниця» доцільно розглядати через призму таких втрат: ключових активів; ключових клієнтів і бізнес-партнерів; ключових функцій.

Для формування системи управління ризиками на підприємствах залізничної галузі доцільно використовувати в якості основного методологічного інструменту системний підхід, який фокусує увагу не тільки на організації, але і на її навколишньому середовищі. Виходячи з цього слідує, що система управління інвестиційними ризиками являє собою сукупність взаємопов'язаних і взаємозалежних елементів, кінцевою метою яких є мінімізація ризиків. Її можна охарактеризувати як сукупність методів, прийомів і заходів, що дозволяють певною мірою спрогнозувати настання ризикових подій і вживати заходів до виключення або зниження негативних наслідків настання таких подій.

Література

1. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. М.: Междунар. отношения, 1993. 896 с.
2. Дикань В.Л. Обеспечение конкурентоустойчивости предприятия: монография. Харьков: Основа, 1995. 160 с.
3. Кірдіна О.Г., Дикань В.Л. Сутнісні аспекти конкурентоспроможності національної економіки. Вісник економіки транспорту і промисловості. Харків: УкрДУЗТ, 2009. С. 5-11.
4. Циганюк О.О. Система конкурентных стратегий предприятия и перспективы внедрения стратегической культуры на предприятиях Украины. Економічний вісник. 2010. №3. С. 108-111.
5. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. пос. / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко. К.: КНЕУ, 2008. 520 с.
6. Кірдіна О.Г. Проблематика забезпечення міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2017. Вип. 59. С. 20-26.
7. Нефедова О. Г. Конкурентоспроможність в умовах зовнішніх змін. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2007. № 5. Т. 2. С. 212-215.

УДК 300.2.001

Дробишева О.О.,
старший викладач

Запорізька державна інженерна академія

Особливості та класифікація факторів, що впливають на ефективність діяльності підприємства

Ефективність діяльності – це результативність господарювання. Забезпечення ефективної діяльності – першочергове практичне завдання для кожного промислового підприємства. Економічною ефективністю вважають зв'язок між

результатом діяльності і витратами, що здійснені для отримання цього результату.

Ефективність діяльності виражається відносними показниками, що розраховуються виходячи з абсолютних показників результату і витрат підприємства.

Критерій ефективності в економічній літературі формулюється по-різному:

- максимум результату при оптимальній величині витрат;
- максимум результату при мінімумі витрат;
- максимум результату на одиницю витрат;
- мінімум витрат на одиницю результату [1, с. 4].

Кожен з показників діяльності підприємства залежить від безлічі різних факторів. Якщо детально вивчати вплив чинників на величину економічного показника, то буде отримано найбільш точний результат аналізу і оцінка якості діяльності підприємства. Отже одним з найважливіших методичних питань в аналізі економічної діяльності є дослідження і вимірювання впливу різного роду факторів на значення досліджуваних економічних показників. Без всебічного глибокого аналізу факторів неможливо прийти до обґрунтованого висновку про результативність діяльності, не можна виявити резерви виробництва, а й, відповідно, обґрунтувати управлінські рішення.

Розрізняють об'єктивно і суб'єктивно обумовлені фактори, тобто шляхи впливу на показники за допомогою різних організаційно-технічних заходів. Фактори, що впливають на ефективність діяльності підприємства, відповідно до категорій показників можна поділити на: загальні (характер виробництва і його галузеві особливості, стан матеріально-технічної бази), специфічні (співвідношення між формами організації управління, між формами управління і методами управління, ступінь відповідності структури апарату управління, рівень механізації і автоматизації управлінських робіт, рівень кваліфікації працівників і ефективність їх праці), особливі (фактори невизначеності та ризику), структурно-організаційні (організаційна структура управління, виробництва, постачання та збуту, виробничо-економічних зв'язків), інтенсивні (зростання продуктивності праці, фондівіддачі, матеріалівіддачі та зниження капітало-, фондо- та трудоемності), екстенсивні (зростання обсягу виробничих ресурсів), галузеві (загальні та структурні характеристики галузі в структурі національного господарства, кон'юнктура галузевого ринку), територіальні (географічне розташування, природно-кліматичні умови, потенціал ринку та інвестиційний ринок) [2, с. 18].

Практичне значення комплексної класифікації факторів, що впливають на ефективність діяльності підприємства, зводиться до того, що на її основі можна моделювати діяльність, тобто безпосередньо впливати, а також здійснювати пошук резервів для підвищення ефективності ринкової діяльності. Математичне моделювання факторів системи економічної діяльності, засноване на ряді економічних критеріїв виділення факторів, як елементів факторної системи причинності, самостійності існування, специфічності і можливості кількісного обліку й вимірювання.

Існує безліч класифікацій факторів, що впливають на ефективність роботи. Так, наприклад, фактори бувають загальними і приватними. Загальні чинники впливають на ряд досліджуваних показників, в той час, як приватні є специфіч-

ними для кожного з показників.

Важливе значення, з огляду на завдання оцінки ефективності діяльності, відіграє групування факторів на внутрішні і зовнішні. До внутрішніх відносяться: матеріально-технічні, організаційно-управлінські та соціально-економічні. Зовнішні фактори поділяються на ринкові, кон'юнктурні, правові та адміністративні.

Фактори ефективності діяльності поділяються на загальні та специфічні. Загальні фактори мають місце у всіх сферах економіки, специфічні окремих галузях, або на конкретних підприємствах. Дана класифікація факторів допомагає більш повно врахувати особливості окремих підприємств і галузей, а також дати точну оцінку їх діяльності. Якщо при аналізі ефективності ставиться мета – виміряти той чи інший вплив факторів, то застосовується класифікація факторів на кількісні та якісні, прямі і непрямі, прості і складні. Кількісні чинники висловлюють кількісну оцінку явища (кількість обладнання, працівників, ресурсів і так далі), якісні фактори оцінюють внутрішні якості та особливості, досліджуваного явища або процесу (продуктивність праці, рентабельність і так далі). Багато факторів, які розглядаються в оцінці ефективності діяльності підприємства, складаються з ряду елементів. Але при цьому існують чинники, які не розкладаються на складові елементи. Саме тому фактори ефективності діяльності ділять на прості (кількість робочих днів у періоді) і складні (продуктивність). Оскільки одні чинники безпосередньо впливають на результативний показник, а інші мають непрямий вплив, то у зв'язку з цим розрізняються чинники першого, другого і наступних рівнів.

Таким чином, щоб оцінити вплив факторів на ефективність діяльності підприємства, необхідно проведення економічного аналізу, за допомогою якого вивчаються і оцінюються факти і процеси комерційної діяльності.

Література

1. Мазурова И. И. Аналіз ефективності діяльності підприємства/ И. И. Мазурова, Н. П. Белозерова, Т. М. Леонова, М. М. Подшивалова. – К : ГУЭФ, 2016. – 113 с.
2. Мадрига Г. М. Теоретичні підходи до аналізу факторів впливу на ефективність діяльності малих підприємств / Г. М. Мадрига // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2012. – № 739 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення проблеми розвитку. – С. 16–21.

Євсевська Л.Є.,
старший викладач
Запорізька державна інженерна академія

Стратегічні орієнтири діяльності підприємства в інтеграційних умовах

Сучасні умови розвитку світового господарства, глобалізаційні та інтеграційні трансформації, інтенсифікація внутрішньодержавних економічних процесів, посилення світової та національної конкуренції визначають об'єктивну необхідність адаптації організаційно-економічних та господарсько-управлінських функцій підприємства до нових умов ведення бізнесу. У складних умовах сучасної глобалізації економіки України під впливом світогосподарських закономірностей та тривалої економічної кризи відбувається трансформація форм господарювання, перерозподіл власності та пошук найбільш ефективних передумов та оптимальних засад існування бізнесу.

Ускладнені можливості функціонування підприємств потребують невідкладного пошуку ефективних рішень виходу з кризи та якнайшвидшого визначення стратегічних орієнтирів розвитку, які б дозволили підприємствам витримати навантаження складної економічної ситуації, забезпечити безперервність своєї діяльності та пристосуватися до роботи в інтеграційних умовах.

Для визначення стратегічних орієнтирів діяльності підприємства необхідно, перш за все, чітко усвідомлювати важливість, багатоспрямованість та призначення стратегічного управління підприємством, оскільки саме воно виявляється надзвичайно важливим засобом захисту від невизначеності численних внутрішньогосподарських та зовнішніх пристосувань і перетворень, реальним інстру-ментом створення передумов для виживання в умовах глобалізації та ризику.

На думку фахівців, стратегічне управління являє собою таке управління підприємством, яке спирається на людський потенціал, орієнтує виробничу діяльність на запити споживачів, здійснює гнучке регулювання і своєчасні зміни, які відповідають виклику з боку оточення і дозволяють набути конкурентних переваг, що в результаті забезпечує стабільне функціонування і розвиток підприємства, досягнення його цілей в довгостроковій перспективі [1]. До того ж, стратегія підприємства є певним набором напрямів діяльності, цілей і способів їх досягнення для забезпечення максимально ефективного функціонування і розвитку підприємства за рахунок формування і раціонального ви-користання його конкурентних переваг [1]. Це визначення стратегії виходить з п'яти основних положень, які необхідно враховувати при розробці стратегічних орієнтирів діяльності підприємства в інтеграційних умовах господарювання.

Спираючись на виділені основні положення стратегічного управління підприємством, головними стратегічними орієнтирами діяльності підприємства в сучасних інтеграційних умовах можна вважати такі:

- збалансоване використання наявних ресурсів та максимальне залучення потенціалу підприємства до реалізації стратегічних і тактичних завдань розвитку;
- періодичний перегляд і переосмислення конкурентних переваг підприємства в умовах мінливого середовища для підтримки і забезпечення їх високого рівня;
- виділення ключових цінностей підприємства для формування корпоративної культури бізнесу;

- забезпечення достатнього рівня соціальної відповідальності для підтримки досягнутого рівня репутації підприємства;
- глибоке розуміння визначальних економічних, техніко-технологічних, соціальних, маркетингових та інших перетворень.

Таким чином, підприємство як відкрита економічна система постійно перебуває під впливом умов зовнішнього і внутрішнього середовищ. Тому для кожного підприємства, яке має на меті залишитися не лише діючим, а й досягнути певного рівня стабільності, управління своєю практичною діяльністю повинно спиратися на визначальні орієнтири функціонування, які враховують поточні і стратегічні напрямки збалансованого розвитку.

Література

1. Довбня С. Б. Стратегія підприємства :навч. посіб. / С. Б. Довбня, А. О. Найдовська, М. М. Хитько. – Дніпропетровськ: НМетаАУ, 2011. – Ч. 1. – 71 с.

УДК 311.2.001

Єлець О.П.,

кандидат економічних наук, старший викладач
Запорізька державна інженерна академія

Методи планування прибутку

Планування – це, в першу чергу, процес, який використовують для визначення основних цілей підприємства на певну перспективу, процес, який передбачає обрання найбільш оптимального шляху досягнення мети та найбільш раціонального ресурсного забезпечення. Важливу роль у діяльності підприємств відіграє планування прибутку, тому що прибуток залишається одним із найбільш вагомих показників ефективної роботи підприємства. Прибуток є часткою доходу підприємства, яка відображає частину вартості продукту, створеного працею. В умовах сьогодення вибір методу планування прибутку стає запорукою його можливого зростання, ефективного самофінансування підприємницької діяльності, здійснення відтворення виробництва, як простого, так і розширеного, а також задоволення його потреб.

В практиці планування існують три традиційні методи для планування прибутку. Метод прямого розрахунку сьогодні є найбільш використовуваним. Його доцільно застосовувати при асортименті продукції, невеликому за розміром. Метод є нескладним, адже потребує простих розрахунків, які передбачають вирахування з виручки від реалізації продукції в цінах продажу (без урахування ПДВ, акцизів, різних знижок) повної собівартості. Тобто, в основі цього методу покладено розрахунок фінансового результату за асортиментом.

На практиці метод прямого розрахунку найчастіше використовують для того, щоб довести доцільність впровадження нового проекту, розширення діючого

виробництва, створення нового підрозділу, або підприємства.

Треба зазначити, що вагомим плюсом методу прямого розрахунку є його доволі прості формули для обчислення прибутку, але необхідно пам'ятати, що він доцільний лише при плануванні на короткий період часу.

Другий метод, який застосовується при невеликих коливаннях в асортименті продукції, а також за умови відсутності інфляційних процесів та зростання ціни, називається аналітичним. Алгоритм розрахунку прибутку за цим методом можна представити у вигляді трьох основних етапів:

визначається рентабельність. Зазвичай використовують базову рентабельність, тобто відношення звітного прибутку до звітної собівартості продукції;

розраховується плановий обсяг продукції за звітною собівартістю і визначається фінансовий результат на основі базової рентабельності;

аналізується вплив на плановий прибуток таких факторів, як підвищення якості продукції, перегляд асортименту, ціни, зменшення собівартості продукції тощо.

Аналітичний метод, як і метод прямого розрахунку, має свою перевагу, яка полягає у врахуванні впливу на прибуток різних факторів.

Третій метод базується на визначенні критичного обсягу виробництва, тобто на розрахунку обсягу виробництва, при якому підприємство прибуток не буде отримувати, а лише буде покривати свої витрати. Наприклад, Н. Кіндзерська визначає точку беззбитковості як такий розмір виручки, при якому підприємство не одержує жодного фінансового результату, ані прибутку, ані збитку.

Основою цього методу є розрахунок маржинального прибутку та принцип розподілу витрат в залежності від впливу на витрати обсягу виробництва, тобто на постійні та змінні.

Звичайно, окрім так званих традиційних методів планування прибутку існують й інші, такі як, наприклад, прогноз рентабельності, аналіз перекриття ліміту рентабельності або ліквідності. Так, Я. О. Панасюк зазначає, що використання методу аналізу ліміту рентабельності дає можливість проаналізувати взаємозв'язок еластичності підприємства й планового прибутку відповідно до зміни величини витрат при обороті капіталу.

Отже, процес планування прибутку – це складний процес, який передбачає проведення поглибленого детального економічного аналізу всіх показників за звітний період, визначення планових показників прибутку та розробку відповідного плану. Для забезпечення складання ефективного плану прибутку необхідно мати не лише об'єктивні аналітичні дані за попередні роки, але й вміти правильно обрати метод планування прибутку з урахуванням всіх особливостей в роботі підприємства, а також умов, які склалися у зовнішньому середовищі.

Література

1. Панасюк Я. О. Теоретичні аспекти формування і розподілу прибутку підприємства [Електронний ресурс] / Я. О. Панасюк. Кобизька Ю. В. Система

управління прибутком підприємства [Електронний ресурс] / Ю. В. Кобизька, О. В. Люта // Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ, Серія: Економічні науки. – 2013.– №3.

2. Кіндзерська Н. Методи планування прибутку на підприємстві [Електронний ресурс] / Н. Кіндзерська // IV Всеукр. студ. наук.-техн. конф. «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання».

УДК 658.1

Каличева Н.Є.,

доктор економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом,

Масан В. В.,

аспірант

Український державний університет залізничного транспорту, Харків

Теоретико-методологічні підходи забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємств залізничного транспорту

В нинішніх умовах господарювання, коли відбуваються досить активні євроінтеграційні процеси в національній економіці, актуальною стає проблема забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємств всіх сфер господарювання, в тому числі й залізничного транспорту. Стан національної економіки, який є досить критичним, змушує підприємства шукати нові напрями розвитку через формування та запровадження інноваційно-інвестиційних, фінансово-економічних інструментів та управлінських технологій щодо підвищення конкурентних позицій продукції на ринку [1]. Це призводить до необхідності сформувавши теоретичний базис для дослідження конкурентоспроможності продукції підприємства з метою розробки ефективного інструментарію її забезпечення.

В загальному вигляді конкурентоспроможність продукції - це інтегрована властивість об'єкта задовольняти запити споживачів, що характеризується ефективністю його позиції на ринку порівняно з іншими подібними товарами. Необхідно зазначити, що конкуренція є рушійною силою економічного розвитку всіх підприємств. Тож підприємства залізничного транспорту, господарська діяльність котрих характеризується значним консерватизмом, для забезпечення економічної стійкості та стабільності, змушені змінювати підходи здійснення транспортної роботи, щоб зайняти свою нішу на ринку транспортних послуг.

Зміна підходів щодо адаптації підприємства до трансформації зовнішнього середовища має супроводжуватися моніторингом та оцінкою стану конкурентного середовища, поведінки його суб'єктів між собою, характеру впливу факторів і загроз, тощо. Це сприяє формуванню відповідного методичного інструментарію забезпечення конкурентоспроможності продукції, що ґрунтується на діагностуванні потенційних загроз дестабілізаційного характеру з метою

розробки відповідних заходів, спрямованих на підвищення економічної ефективності підприємства [2].

Для підприємств залізничного транспорту ефективними напрямками забезпечення конкурентоспроможності продукції є:

1. перегляд типових стратегій їхнього розвитку із врахуванням нових методів та інструментів конкурентної боротьби за споживача транспортних послуг;

2. формування підходів врахування кадрової складової у забезпеченні конкурентоспроможності продукції підприємств залізничного транспорту, що враховує особистісний підхід до управління за рахунок психологічних чинників впливу на працівників, створення відповідного морально-психологічного клімату, визначення ефективності праці керівників всіх структурних підрозділів як в цілому на підприємствах залізничного транспорту, так і по кожному виду управлінської діяльності;

3. розроблення концептуальних підходів державного регулювання конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту, як одного з основних факторів економічної стабільності підприємств;

4. забезпечення синтезу взаємодії підприємств залізничного транспорту як єдиного взаємопов'язаного комплексу із задоволення всіх потреб клієнтів при здійсненні перевізної роботи, що дає змогу оцінювати поточний стан функціонування підприємств залізничного транспорту та можливостей розвитку потенціалу економічної взаємодії з урахуванням зовнішнього та внутрішнього впливу;

5. систематизація підходів до обґрунтування концептуальних засад забезпечення конкурентних переваг підприємств залізничного транспорту на основі поєднання таких аспектів, як: інноваційний розвиток, логістична складова, техніко-технологічне оновлення, маркетингове забезпечення;

6. обґрунтування необхідності зміни підходів техніко-технологічного оновлення на залізничному транспорті із врахуванням умов розбудови світової транспортно-логістичної системи для підвищення якості експлуатаційної роботи підприємств залізничного транспорту.

Отже, досягнення конкурентоспроможності продукції підприємств залізничного транспорту забезпечується шляхом застосування різноманітних методів та заходів, в основу яких покладають скорочення витрат та розширення диференціації асортименту продукції [3]. Для підприємств залізничного транспорту застосування такого інструментарію дозволить забезпечити клієнтів транспортним обслуговуванням на найвищому рівні, а саме: підвищити якість транспортної роботи, збільшити рівень конкурентних переваг залізничного транспорту на ринку перевезень, розробити напрями адекватної транспортної політики в умовах нестабільного та мінливого зовнішнього середовища та ін.

Література

1. Каличева Н. Є. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств

залізничного транспорту (методологічні аспекти): монографія. Харків: УкрДУЗТ, 2019. 391с.

2. Науменко М.О., Рига О.С. Підходи до забезпечення стратегічного управління підприємств в умовах нестійкого середовища. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 63. С. 216-223.

3. Токмакова І. В. Забезпечення гармонійного розвитку залізничного транспорту України: монографія. Харків: УкрДУЗТ, 2015. 403 с.

УДК 656.2

Кірдіна О.Г.,

доктор економічних наук, професор, в.о. завідувача кафедри обліку і аудиту
Український державний університет залізничного транспорту, Харків

Стан і тенденції розвитку залізничного транспорту в умовах реалізації інноваційних змін у галузі

Залізничний транспорт є одним із ключових елементів транспортної системи країни, який на сьогодні позиціонується як найбільш ефективний, безпечний та екологічний вид транспорту. Вагомим є внесок залізничного транспорту і в забезпечення стабільного функціонування інших суб'єктів господарювання, зокрема підприємств промисловості та сільського господарства, а також у досягнення соціально-економічного зростання країни в цілому. Так, наприклад, оновлення вантажних вагонів і відповідно активізація розвитку вітчизняних підприємств вагонобудування дозволить згенерувати зростання ВВП України на 2,7 % щорічно. Прямий ефект від будівництва вагонів на українських потужностях протягом 5 років оцінюють у 106 млрд грн додаткового виробництва, 7,3 млрд грн відрахувань до бюджетів щорічно, 14,8 тис. робочих місць у галузі вагонобудування. У свою чергу, мультиплікативний ефект складе 9,3 % зростання ВВП, 36,3 млрд грн відрахувань до бюджетів, до 30 тис. робочих місць у супутніх галузях [1].

Попри стратегічну важливість залізничного транспорту для забезпечення сталого зростання України, його стан наразі є надзвичайно складним. Невирішеною залишається проблема катастрофічного зносу та застарілості рухомого складу і залізничної інфраструктури. Так, рівень зношеності локомотивів досягає позначки майже у 100,0 %, зокрема тепловози зношені на 98,3 %, електровози – на 94,4 %. Не менш складною є ситуація з вагонним парком АТ «Укрзалізниця», рівень зносу якого досягає 90,0 %. Протягом останніх років скорочення парку вантажних вагонів АТ «Укрзалізниця» відбувалося одночасно з його нарощенням приватними власниками, що в умовах відкриття ринку залізничних перевезень для приватних операторів, набуває загрозливого впливу на діяльність залізничного монополіста. Так, на сьогодні парк вантажних вагонів України складає майже 173,0 тис. од., з яких 84,9 тис. од. – вагони державного монополіста, а 88,1 тис. од. – вагони приватних власників (51,0 % від їх загальної

кількості). Як результат залізнична компанія поступово втрачає свою частку на ринку вантажних перевезень, поступаючись приватним операторам (її частка скоротилася з 57,3 % у 2010 р. до 46,4 % у 2019 р.). За цей період обсяг вантажних перевезень залізничним транспортом знизився з 432,5 млн т до 312,9 млн т, тобто на 27,6 % при загальній тенденції його скорочення у транспортній галузі на 10,6 %.

Також, слід відзначити катастрофічний стан залізничної інфраструктури. Наразі близько 6,4 тис. км залізничних колій потребують капітального ремонту, а 2,7 тис. км – їх реконструкції. Колійна техніка зношена на 78 %, контактна мережа – на 71 %, а пристрої залізничної автоматики та зв'язку – на 68 %. Технічна деградація залізничної інфраструктури та рухомого складу призводить до уповільнення руху поїздів (середня швидкість вантажного поїзду складає 36,8 км/год, а обіг вантажного вагону збільшився до 10,4 доби), зростання кількості аварій на залізничному транспорті (у 2019 р. їх кількість досягла 1202) і загалом зниження пропускної спроможності залізничної мережі.

У значній мірі така ситуація із станом основних фондів АТ «Укрзалізниця» викликана систематичним невиконанням планів з капітального інвестування процесів їх відтворення. Так, у 2019 р. рівень виконання плану склав 51,0 %, капітальні інвестиції склали 9,3 млрд грн (найвищий рівень зафіксовано у 2018 р. – 16,9 млрд грн). Зокрема у 2019 р. отримано 15 од. локомотивів «General Electric» і відремонтовано 169 од. тягового рухомого складу, побудовано на власних виробничо-ремонтних потужностях 21 од. і відремонтовано 8,3 тис. од. вантажних вагонів, придбано 18 од. і відремонтовано 616 од. пасажирських вагонів, здійснено ремонт 113 од. інших видів рухомого складу, відремонтовано 133,8 км залізничних колій і встановлено 87 комплектів стрілочних переводів. Досить масштабними є плани АТ «Укрзалізниця» на 2020 р., зокрема заплановано освоєння інвестицій на суму 12,64 млрд грн, що складає 24,6 % до потреби в капітальних інвестиціях. Пріоритетним напрямом інвестиційної діяльності залишається оновлення рухомого складу та реконструкція і капітальний ремонт колії, на що заплановано спрямувати 8,1 млрд грн або 64,3 % від загальної суми капітальних інвестицій (у т. ч. на оновлення рухомого складу – 4,6 млрд грн, реконструкцію та капітальний ремонт колії – 3,5 млрд грн) [2]. У 2021 р. планується спрямувати 9,4 млрд грн на ремонт та відновлення залізничної інфраструктури, 4,1 та 4,7 млрд грн на оновлення та ремонт тягового рухомого складу, 7,0 та 5,6 млрд грн – на придбання нових вантажних та пасажирських вагонів.

Отже, на сьогодні на залізничному транспорті України інноваційні зміни зосереджені загалом на оновленні рухомого складу і поступовій реконструкції залізничної мережі. Серед інноваційних проєктів у сфері вантажних та пасажирських перевезень, які набули реалізації в останні роки, слід вказати на удосконалення інформаційно-комунікаційної взаємодії з клієнтами, зокрема на основі здійснення продажу білетів та оформлення вантажних перевізних документів через цифрові канали обслуговування; поступовий перехід до електронної системи управління вантажним парком АТ «Укрзалізниця», яка на

сьогодні працює в тестовому режимі, і охоплює незначну частку рухомого складу; розширення масштабу охоплення діяльності залізничного транспорту автоматизованими системами управління, зокрема останні півтора роки експлуатується автоматизована система обліку колісних пар тощо. Попри це, наразі практика впровадження інноваційних рішень на залізничному транспорті має фрагментарний характер і потребують застосування цифрові технології, що набули активного та ефективного використання у світовій залізничній галузі.

Література

1 Не производя грузовые вагоны в Украине, наша экономика теряет миллиарды – эксперт. *delo.ua: веб-сайт*. URL: <https://delo.ua/business/bez-proizvodstva-gruzovyh-vagonov-v-ukraine-nash-373194/> (дата звернення: 08.11.2020).

2 Для інвесторів. АТ «Укрзалізниця»: *веб-сайт*. URL: <https://www.uz.gov.ua/about/investors/> (дата звернення: 09.11.2020).

УДК 314.174:316.733(316.346.3)

Компанієць В. В.,

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри гуманітарного університету,

Краєць В. В.,

кандидат економічних наук
Харківська народна українська академія

Ставлення до праці представників різних поколінь і ризику роботодавців у зв'язку зі зміною цінностей (за результатами опитувань world value survey)

Сьогодні на ринку праці простежується тенденція зміни поколінь. Представники різних поколінь відрізняються ціннісно-мотиваційним портретом, в т.ч. своїм ставленням до праці, що, впливає на їх трудову поведінку, і, відповідно, роботу підприємств, стан економіки [1].

Для того щоб порівняти ставлення до праці у представників різних поколінь і на цій основі оцінити можливі ризики сфери соціально-трудова відносин ми скористалися результатами соціологічних опитувань, проведених у ході останнього Світового дослідження цінностей (2017-2019 роках) у 30 країнах Європейської цивілізації (Австрія, Вірменія, Болгарія, Білорусь, Великобританія, Угорщина, Грузія, Німеччина, Греція, Данія, Ісландія, Іспанія, Італія, Литва, Нідерланди, Норвегія, Польща, Російська Федерація, Румунія, Словацька Республіка, Сербія, Словенія, США, Фінляндія, Франція, Чорногорія, Чехія, Швейцарія, Швеція Хорватія) [2].

Для аналізу ми згрупували опитуваних по поколіннях. Перша група-Baby Boomers (55 років і старше), друга група – покоління X (від 35 до 54 років), третя

група – покоління Millennials, або Y (від 25 до 34 років). І, нарешті, четверта група-симбіоз представників покоління Y з уже з'являються представниками digital-покоління, або Z (від 15 до 24 років).

За результатами обробки відповідей на запитання (таблиці 1,2) можна зробити такі висновки. Для країн Європейської цивілізації найбільш виражена різниця у відповідях на поставлені питання спостерігається між молодими поколіннями (третья і четверта групи) і поколінням Baby Boomers.

Згодні (відповіді "повністю згоден «або» згоден") з тим, що праця – це обов'язок людини перед суспільством 58,9% опитаних представників покоління Y і Z (четверта, змішана група) в порівнянні з 75,1% представників Baby Boomers. Ще більший розрив спостерігається у відповідях представників цих поколінь на питання про пріоритети «робота-вільний час». Якщо 55,9 % представників Baby Boomers вважають, що на першому місці повинна бути робота, то серед поколінь Y і Z (четверта, змішана група) таких всього 35,3 %. Це свідчить про такі характеристики покоління Y і Z (їх більшої вираженості в порівнянні з представниками Baby Boomers) як індивідуалізм, гедонізм, відсутність бачення спільного майбутнього, своєї відповідальності за нього і відповідальності перед суспільством в цілому.

Таблиця 1 - Результати аналізу відповідей респондентів на твердження “працювати - це обов'язок людини перед суспільством”, %

Варіанти відповіді	Питома вага опитуваних, які обрали відповідну відповідь, %			
	15-24	25-34	35-54	55 и выше
Повністю згоден (на)	20,1	19,6	22,7	31,1
Згоден (на)	38,8	39,0	41,4	44,0
Частково згоден(на), а частково ні	20,5	21,4	19,1	14,4
Не згоден (на)	15,4	15,2	12,9	8,2
Повністю не згоден (на)	5,2	4,8	3,9	2,3

Таблиця 2- Результати аналізу відповідей респондентів на твердження “робота завжди повинна бути на першому місці, навіть якщо залишається менше вільного часу”, %

Варіанти відповіді	Питома вага опитуваних, які обрали відповідну відповідь, %			
	15-24	25-34	35-54	55 и выше
Повністю згоден (на)	11,4	12,3	15,0	21,9
Згоден (на)	23,9	23,5	26,1	34,0
Частково згоден(на), а частково ні	24,4	21,5	21,0	20,3
Не згоден (на)	29,3	30,9	29,0	19,3
Повністю не згоден (на)	11,0	11,8	8,9	4,5

Які ризики це несе для роботодавця? По-перше, зниження рівня відповідальності призводить до значного скорочення життєвого циклу роботи

співробітника на підприємстві. По-друге, мутація двох найважливіших для роботи факторів (відповідальність і трудовий розпорядок) вже призвела до породження на ринку праці нового явища під назвою ghosting – різкого припинення трудових відносин з колишнім роботодавцем без попередження або пояснення причин, ігнорування спроб вийти на зв'язок [3]. І, нарешті, роботодавці повинні бути готові до того, що шукачі нового покоління будуть націлені на пошук роботи, що приносить максимальний прибуток і забирає якомога менше часу від їх особистої свободи.

Література

1. Компаниец В.В. Гуманитарно-технологическая революция и глубинное изменение человека (оценка с позиции православного мировоззрения)/ В.В. Компаниец // Международный научный вестник (Вестник Объединения православных ученых) – 2019- № 4 (20). – С. 38-46.
2. World Values Survey [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSONline.jsp>
3. Компаниец В. В. О проекте создания "новой экономики" - посткапитализма (аксиологическая и социально-экономическая оценка) / В. В. Компаниец // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2019. - № 65. - С. 86-95.

УДК 385.330:331

Корінь М.В.,

доктор економічних наук,

доцент кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом
Український державний університет залізничного транспорту, Харків

Кадрова складова сприяння розвитку інфраструктури залізничного транспорту у контексті розширення транскордонних зв'язків

При реалізації інфраструктурних проєктів навіть за активної участі фундаментальної та прикладної наук, державної влади та бізнесу залізнична галузь стикається з важливою проблемою – нестача висококваліфікованих фахівців. Швидкий розвиток техніки і технології вимагає масштабного навчання і перенавчання всього кадрового складу. Залізничний транспорт України, як один з найбільших перевізників в Україні, де працює близько 270 тис. осіб, у цілому забезпечений кваліфікованими кадрами, однак склад його персоналу не оптимізовано як якісно, так і кількісно [1]. Як і більшість українських підприємств, залізнична галузь також має проблеми в управлінні кадровим потенціалом, більша частина яких пов'язана з відсутністю інноваційної спрямованості кадрової політики АТ «Укрзалізниця» та низьким рівнем використання вдалого досвіду закордонних залізничних компаній у питанні розвитку персоналу. Можна впевнено відзначити,

що діюча на сьогодні день система управління кадровим потенціалом залізничного транспорту потребує удосконалення в таких напрямках, як підвищення соціально-економічної привабливості професії залізничника і створення її позитивного іміджу, створення ефективної системи мотивації особистих результатів праці, якості роботи і прояву творчих ініціатив; впровадження набору інструментів для самоосвіти і розвитку персоналу, а також інструментів внутрішніх комунікацій, які б дозволяли обмінюватися досвідом і будувати неформальні зв'язки в організації і професійних спільнотах; удосконалення системи відбору та підготовки кадрового резерву; впровадження сучасних систем оцінювання діяльності персоналу для з'ясування потенціалу розвитку працівника та планування його професійної кар'єри; впровадження новітніх технологій залучення талановитих співробітників і розвиток організаційної культури тощо.

Кадрове забезпечення є одним з перших кроків при запуску нового проєкту. Без людей, які формують якісну команду, неможливо досягти значного прогресу в роботі. При організації роботи над проєктом розвитку інфраструктури залізничного транспорту необхідно вирішити такі головні завдання:

- 1) формування команди проєкту і організація її ефективної роботи;
- 2) кадрове забезпечення експлуатації інфраструктурних об'єктів.

Теорія і практика управління інноваціями свідчать про те, що команда інфраструктурного проєкту залізничного транспорту повинна мати такі характеристики [2]:

- як науково-технічні компетенції, так і знання в галузі управління бізнесом і підприємництва;
- наявність у команди базових знань про інноваційний бізнес (стартапи), методики, що застосовуються для його створення і розвитку (Customer Development, Lean Startup), навичок пошуку та аналізу необхідної інформації; навичок грамотної взаємодії всередині команди;
- наявність у команди (всієї або частини) уявлень про механізми, що дозволяють налагодити зв'язки з великими підприємцями, які вже досягли успіху у сфері інноваційного бізнесу (менторами, які готові надати команді нематеріальну підтримку), а також з інвесторами, що інвестують власні кошти в проєкт (зв'язками, компетенціями).

Формування описаних характеристик можна здійснити за рахунок реалізації конкретних заходів, серед яких перспективним є організація і проведення заходів, спрямованих на забезпечення ефективної роботи команди проєкту.

Ефективна робота команди передбачає організаційне планування кадрів, що включатиме встановлення потреби в кадрових ресурсах; визначення кількісних та якісних характеристик персоналу; визначення рівнів його компетенцій; розроблення механізмів залучення персоналу та здійснення прогнозування витрат на персонал. Окрім цього підтримка ефективної роботи команди інфраструктурного проєкту включатиме і розроблення плану укомплектування персоналом проєкту, матриці поділу відповідальності, посадових інструкцій учасників проєктної команди та безпосередньо формування команди проєкту.

Важливим елементом цієї складової системи кадрового забезпечення

розвитку інфраструктури залізничної галузі в транскордонних регіонах є створення та адаптація команди проєкту, що можливо досягнути шляхом професійного навчання персоналу (розвиток науково-технічних, комунікаційних, діяльнісних компетенцій), забезпечення психологічної підтримки (передбачає створення морально-психологічного клімату в команді, проведення бесід, оцінку індивідуальної значущості члена команди проєкту) та створення системи наставництва і раціоналізаторства.

Для підтримки ефективної взаємодії та результативності командної роботи над інфраструктурним проєктом необхідним є проведення контролю і мотивації учасників команди. Система мотивації команди проєкту має ґрунтуватися на оцінюванні рівня компетенцій та статусу працівника команди інфраструктурного проєкту [2]. Це дозволить забезпечити індивідуальну мотивацію працівників команди інфраструктурного проєкту і розуміння кожного з них необхідності розвитку власних знань і навиків задля зростання розміру його винагороди за результатами участі у реалізації інфраструктурного проєкту.

Література:

1. Інтегрований звіт. *АТ «Укрзалізниця»* : веб-сайт. URL: <https://uz.gov.ua/about/investors/issuer/> (дата звернення: 30.10.2020).
2. Корінь М.В., Кондратюк М.В., Фарафонова О.В. Формування системи кадрового забезпечення розвитку інфраструктури залізничного транспорту в транскордонних регіонах. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. № 66. С. 29-37.

УДК 338.32.053.4:338.12

Крамаренко К.М.,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту та військового господарства,

Аверіна Ю.В.,

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти факультету логістики

Національна академія Національної гвардії України, Харків

Теоретичні аспекти управління економічним потенціалом підприємства

У процесі здійснення соціально-економічних ринкових перетворень питання формування конкурентного середовища та вдосконалення обґрунтування стратегії формування потенціалу підприємства набули особливої актуальності.

Процес формування потенціалу підприємства є одним з напрямів його економічної стратегії та передбачає створення й організацію системи ресурсів і компетенцій таким чином, щоб результат їхньої взаємодії був чинником успіху у досягненні стратегічних, тактичних і оперативних цілей діяльності підприємства [1].

Управління економічним потенціалом підприємства передбачає планування, розроблення та реалізацію організаційних рішень, спрямованих на забезпечення раціональності процесів формування, нарощування та використання ресурсів і можливостей суб'єкта господарювання на кожній стадії його життєвого циклу.

Основними завданнями управління економічним потенціалом підприємства є [2]:

– цілеспрямованість – визначення необхідного стану або поведінки системи;

– стабілізація – утримання системи в існуючому стані в умовах негативних зовнішніх флуктуацій;

– виконання програми розвитку – забезпечення переходу системи в необхідний стан в умовах, коли значення керованих величин змінюються за відомими детермінованими законами;

– оптимізація – утримання або переведення системи в стан з екстремальними значеннями характеристик при заданих умовах і обмеженнях.

Управління потенціалом повинно охоплювати процеси його формування, використання і розвитку. Організація формування потенціалу підприємства має бути спрямована на пошук стратегічних можливостей та ресурсів для підвищення конкурентоздатності суб'єкта господарювання, виявлення резервів його потенціалу.

Процес управління потенціалом підприємства відбувається у декілька етапів [3]:

1) формування інформаційної бази щодо управління потенціалом (внутрішня інформація, що складається структурними підрозділами підприємства та відображає його стан, і зовнішня інформація);

2) аналіз і виділення з місії підприємства пріоритетів при формуванні стратегії управління;

3) оцінка фінансових результатів діяльності підприємства;

4) оцінка потенціалу підприємства;

5) визначення системи взаємозв'язків між фінансовими результатами і потенціалом підприємства;

6) аналіз і контроль стратегії управління потенціалом та оцінка результатів.

Управління економічним потенціалом повинне реалізовуватися через здійснення специфічних функцій: розробку програми комплексного управління економічним потенціалом; створення організаційних структур, що забезпечують прийняття і реалізацію управлінських рішень в області забезпечення найбільш повного використання економічного потенціалу; формування ефективних інформаційних потоків, що дадуть змогу враховувати всі можливі варіанти управлінських рішень; аналіз факторів, що впливають на економічний потенціал підприємства; контроль над виконанням управлінських рішень в області використання економічного потенціалу [4].

Отже, в сучасних умовах господарювання особливої уваги з боку керівників вимагає реалізація внутрішніх можливостей підприємств. Володіння достатньою кількістю ресурсів не гарантує їм успішного функціонування на ринку. Посилення

конкуренції спонукає підприємства більше уваги приділяти його економічному потенціалові та створенню ефективної системи управління ним.

Література

1. Краснокутська Н.С. Управління потенціалом торговельного підприємства: монографія. Харків: Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі, 2012. 322 с.
 2. Маслак О.І., Безручко О.О. Управління економічним потенціалом підприємства на різних стадіях його життєвого циклу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2014. №1. С. 201 – 212.
 3. Грабчук О.М., Бовсуновська Г.С. Теоретичні аспекти управління потенціалом підприємства. *Управління розвитком*. № 4 (186). 2016. С. 150 – 155.
- Божанова О.В. Управління економічним потенціалом підприємств: теоретичний аспект. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2010. № 30. С. 71 – 77.

УДК 659.1.012.12

Крамаренко К.М.,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту та військового господарства,

Герасименко В.П.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти факультету логістики

Національна академія Національної гвардії України, Харків

Маркетингові інструменти управління розвитком підприємства

В умовах ринкової економіки вплив факторів зовнішнього середовища на діяльність господарюючих суб'єктів посилюється. Це у свою чергу вимагає нових підходів до управління підприємствами, які б сприяли адаптації підприємств до умов невизначеності і ризику. Так, усе більшої значущості набуває нова концепція управління розвитком підприємства, основним положенням якої є забезпечення довгострокової результативності діяльності [1].

Отже, стратегія розвитку підприємства повинна комплексно враховувати фактори внутрішнього і зовнішнього середовища, тобто використовувати маркетингові інструменти. До інструментів маркетингу відносять способи його здійснення, тобто рекламу, збут, обслуговування покупця, політику цін, вивчення потреб і попиту, зв'язок зі споживачами та громадськістю.

Маркетинг взаємовідносин у контексті партнерських відносин із споживачами базується на максимальному залученні споживачів до процесу виробництва й надання послуг, що дозволяє максимально повно виявити та знайти способи задоволення їх індивідуальних потреб. Зміни умов функціонування сфери ресторанного бізнесу зумовлюють необхідність адаптації

традиційних інструментів маркетингу. У контексті маркетингу взаємовідносин найбільш доцільним є маркетинговий інструментарій впливу на споживача у вигляді класичного комплексу «7Р» (product – продуктова політика; price – визначення орієнтирів, принципів та методів встановлення цін; promotion – засоби просування; place – методи розподілу, канали збуту; personnel – персонал, що надає послуги; process – організація та етапи надання послуги; physicalevidence – візуальні і матеріальні елементи, які оцінюються клієнтом і є доказом якості послуги) [2].

На забезпечення стійких зв'язків між партнерами і компанією спрямовані такі інструменти маркетингу відносин: спільне зі споживачем розроблення товару, особливі види сервісу, гарантії якості, індивідуальні вимоги, особисті контакти, спеціальні акції, спеціальні пропозиції, «гаряча лінія», маркетинг заходів (фестивалі, конференції, форуми, конкурси, презентації, демонстрації), директ-маркетинг, інтернет-маркетинг, простір із зануренням (он- та офф-лайн), вірусний маркетинг, клієнтські спільноти, віртуальні спільноти, Web 2.0 (контент, що розробляють користувачі).

Особливістю сучасного етапу розвитку інформаційних технологій є широке застосування таких специфічних інструментів розроблення та комерціалізації інноваційних проєктів, як краудсорсинг та краудфандинг. Ці інструменти вже набули у світовій практиці великого поширення і є яскравими прикладами нової взаємодії між суб'єктами інноваційної діяльності. Краудсорсинг – передача певних виробничих функцій невизначеному колу осіб (на підставі публічної оферти, без укладання трудового договору). Краудфандинг у загальному контексті означає колективне фінансування або колективне співробітництво людей, які добровільно об'єднують свої фінансові чи інші ресурси для підтримки інших людей або організацій[3].

Таким чином, краудсорсинг і краудфандинг – нові інструменти маркетингу відносин, за допомогою яких відбувається зниження комерційних ризиків інноваційних продуктів через залучення споживачів до процесів створення, тестування, фінансування та просування новинок тощо. Ці інструменти користуються глибинною соціальною природою людини, бажанням «бути причетним» до чогось нового (цікавого, модного, перспективного тощо).

Таким чином, управління розвитком підприємства має ґрунтуватися на сучасному маркетинговому інструментарії, що враховує специфіку концепції маркетингу взаємовідносин. Підприємства можуть розвиватися лише на інноваційній основі, що у свою чергу вимагає значних матеріальних і фінансових ресурсів. Краудсорсинг і краудфандинг є тими інструментами маркетингу, які дозволяють реалізувати стратегію такого розвитку.

Література

1. Крамаренко К.М. Концептуальні засади управління розвитком підприємства. *Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку економіки, обліку, фінансів і права* : зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф., м. Полтава, 12

лип. 2019 р. Полтава, 2019. Ч. 2. С. 57 – 58. URL: <http://www.economics.in.ua/2019/07/2.html> (дата звернення: 20.10.2020).

2. Крамаренко К.М., Сіроус Б.В. Особливості маркетингу підприємств ресторанного господарства. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. Вип. 5 (67). С. 72 – 76.

3. Колотова Н.Б. Нові інструменти маркетингу відносин інноваційних проєктів машинобудівних підприємств: краудсорсинг і краудфандінг. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 3. С. 56 – 65.

УДК 338.242

Крамаренко К.М.,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту та військового господарства,

Горохолінський О.М.,

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Принципи формування стратегії розвитку підприємства

Для підвищення ефективності економіки в цілому та вирішення завдання виживання підприємств у конкурентному середовищі велике значення має питання обґрунтованості стратегії розвитку підприємств.

Стратегія – це довгострокова програма діяльності організації, яка постійно контролюється, оцінюється та коригується в процесі її реалізації. Стратегія формує бачення майбутнього розвитку, а її реалізація дозволяє досягнути поставленої мети.

Стратегія розвитку підприємства – це генеральна комплексна програма дій, виражених як в кількісній, так і в якісній формах, які дають чітке представлення про майбутні параметри розвитку суб'єктів господарювання з врахуванням поставлених цілей та ресурсів, необхідних для їх досягнення [1].

Процес формування стратегії розвитку підприємства – структурований кінцевий набір дій, спроектований для виробництва специфічної послуги конкретного споживача. Іншими словами, це модель управлінських дій, яка складається із взаємопов'язаних заходів, що виконують окремі функції стратегічного менеджменту для створення стратегії розвитку підприємства [2].

Принципи стратегічного управління є теоретичним фундаментом, на базі якого формуються основні його характеристики (властивості), що втілені у загальні правила та положення, регулюючі процеси застосування варіантів стратегічного управління. Також це норми поведінки організації в цілому та окремих її членів, якими керуються власники та менеджери у процесі розробки та реалізації стратегічних рішень у конкретних умовах, сформованих у середовищі[3].

Можна виділити наступні загальні принципи, які доцільно дотримуватись

при формуванні усіх видів стратегій: комплексність, логічність, адаптивність, цільова спрямованість, оптимальність, гнучкість, альтернативність, соціальна відповідальність та ін.

Зміст особливих вимог до формування стратегії розвитку підприємства полягає у повному врахуванні умов діяльності, можливостей і загроз, сильних і слабких сторін підприємства. Ці вимоги можуть бути реалізовані при врахуванні специфічних принципів створення стратегії розвитку підприємств. До них можна віднести такі принципи [4]:

- інноваційність – впровадження певних стратегій супроводжується стратегічними змінами, які призводять до певних нововведень в тих чи інших сферах діяльності підприємства;

- прив'язка до умов діяльності – врахування у стратегії всіх визначальних факторів впливу внутрішнього та зовнішнього середовища;

- конкретність – створення діючих конкурентних переваг по відношенню до інших суб'єктів господарювання;

- ефективність та результативність – формування таких елементів, взаємозв'язків та взаємодій в системі стратегічного набору, які забезпечували б найкращі параметри функціонування та розвитку підприємства.

Ці принципи розробки стратегії підприємства характеризуються якісною змістовністю і виражають найбільш важливі відносини в процесах створення та використання цього важливого стратегічного інструменту.

Серед всіх принципів формування і реалізації стратегії розвитку підприємства можна виділити групи принципів, що застосовуються у процесі розвитку підприємства і такі, що визначають досягнення мети розвитку. У процесі розвитку підприємства необхідно дотримуватися принципів гнучкості, комплексності, оптимальності і т.д. Для досягнення мети розвитку підприємства формування системи стратегічного управління має відбуватися за такими базовими принципами, як ефективність та результативність [5].

Отже, виокремлені принципи дозволяють обґрунтовано формувати стратегію розвитку підприємства, приймати взаємопов'язані рішення, які забезпечать скоординоване, впорядковане досягнення визначених цілей. Дотримання розглянутих принципів дозволяє створити необхідні умови для досягнення конкурентоспроможності підприємства на довгострокову перспективу.

Література

1. Хацер М.В. Стратегія розвитку підприємства в умовах нестабільності економіки держави. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2014. № 3. С. 109–112.

2. Талавіря О.М. Особливості формування стратегії розвитку підприємств. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія : Економіка, аграрний менеджмент, бізнес*. 2017. Вип. 260. С. 339–347.

3. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ : КНЕУ, 2004. 699 с.

4. Хринюк О.С., Усатенко І.С. Принципи формування стратегії розвитку підприємства. *Сучасні проблеми економіки та підприємництва*. 2011. Вип. 8. С. 125 – 129.

5. Харченко В. Принципи формування системи стратегічного управління розвитком промислового підприємства. *Схід*. 2014. № 4. С. 66–71. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Skhid_2014_4_12. (дата звернення: 08.10.2020).

УДК 330.338

Крамаренко К.М.,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту та військового господарства,

Міщенко А.А.,

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Напрямки державного регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності

В сучасних умовах розвитку інновації та інвестиції розглядаються в комплексі, оскільки між цими категоріями існує тісний взаємозв'язок. Реалізація інноваційної моделі розвитку потребує величезних інвестицій, через які здійснюється відтворення основних галузей, а від їх стану залежить збільшення обсягів продукції, підвищення ступеня задоволення потреб населення.

Інноваційно-інвестиційна діяльність – це діяльність, що завдяки акумульованим і ефективно вкладеним ресурсам в інноваційний процес дає змогу активізувати розвиток будь-якої соціально-економічної системи. Міжнародний досвід переконує, що існують найважливіші важелі впливу на інноваційно-інвестиційну діяльність – це ринок і державне регулювання [1].

Одна з головних причин недостатнього інвестиційно-інноваційного забезпечення економіки України – низька ефективність державного регулювання, зокрема, виконання його базових функцій – інформування, моніторинг, аналіз, діагностика, планування, організація, мотивація [2].

Важливого значення у забезпеченні інноваційно-інвестиційного розвитку набувають заходи та інструменти державної фінансової підтримки інноваційної діяльності. Так, у розвинених країнах зокрема застосовують: 1) інструменти прямого впливу (державне замовлення, пільгове кредитування, надання цільових грантів тощо); 2) інструменти податкового впливу (надання фіскальних преференцій для виконавців досліджень і розробок); 3) надання ризикового капіталу (пряме інвестування державних коштів у підприємства, що здійснюють дослідження і розробки); 4) надання фінансових гарантій за кредитами та цінними паперами [3].

Завданням державного регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності є

також створення сприятливих умов для реалізації інвестицій та інновацій, що у свою чергу передбачає заходи щодо поліпшення інвестиційного клімату.

Для задовільного стану інвестиційної діяльності підприємств України в умовах економічної нестабільності необхідно провести ряд заходів, які комплексно будуть впливати на інвестиційний клімат: поліпшення інвестиційної інфраструктури; контроль за рівнем ризиків (криміногенних, політичних, інфляційних та інших); адаптація правової та нормативної бази України відповідно до вимог ЄС, націленої на ефективне та стабільне функціонування економіки; врегулювання проблеми державного боргу; скорочення масштабу корупції в органах самоврядування; забезпечення розвитку фінансового сектора [4].

Заходи державної політики щодо формування інноваційної моделі розвитку економіки припускають створення умов для підвищення технологічного рівня виробництва і конкурентоспроможності продукції та активізації інноваційної діяльності, зокрема:

- впровадження світових стандартів якості продукції та захисту довкілля на основі приєднання до техніко-економічних регламентів ЄС;
- виявлення і підтримка технологій, які дозволять виробляти вітчизняним підприємствам конкурентоспроможну на світовому ринку продукцію;
- створення єдиної електронної бази інноваційно-інвестиційних проєктів;
- публічне звітування про ефективність використання бюджетних коштів, спрямованих на підтримку перспективних напрямів розвитку науки і технологій;
- створення інноваційно-інвестиційної інфраструктури, яка сприятиме розвитку венчурних, малих і середніх інноваційних фірм, забезпечуватиме їх доступ до необхідних ресурсів [2].

Отже, основним завданням державного регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності є створення необхідних умов для формування і ефективного використання інноваційно-інвестиційного потенціалу економічних суб'єктів. Для забезпечення умов інноваційно-інвестиційного розвитку на державному рівні має бути розроблена стратегія стабілізації розвитку економіки, цільові наукові програми, які забезпечать відновлення активного науково-технічного розвитку та підтримку підприємництва.

Література

1. Юринець З.В., Петрух О.А. Державне регулювання та фінансування інноваційно-інвестиційної діяльності в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 6. С. 79 – 82.
2. Steblianko, I. O., & Doroshkevych, V. I. (2017). Інноваційно-інвестиційні механізми регулювання економічної безпеки держави. *European Journal of Management Issues*, 25(3-4), 154-161. URL: <https://doi.org/10.15421/19171>. (дата звернення: 08.11.2020).
3. Юхновський І.В. Державне регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності економіки України. *Економіка та держава*. 2011. № 4. С. 48 – 52.

4. Харчук С.А. Стан інвестиційної діяльності підприємств України в умовах економічної нестабільності. *Економіка та держава*. 2020. № 1. С. 66 – 72.

УДК 330.341

Крамаренко К.М.,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту та військового господарства,

Полудніцин Д.М.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти факультету логістики

Національна академія Національної гвардії України, Харків

Методи управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємств

Інноваційно-інвестиційна діяльність підприємств має комплексний характер, тому що інвестиційне забезпечення – основне джерело формування інвестиційних ресурсів та фінансування інновацій. Активізація процесу інвестування в інноваційний розвиток є запорукою якісних зрушень в техніці і технології та дозволяє покращити кінцеві економічні результати діяльності підприємств на основі підвищення якості управління.

Система управління інноваційно-інвестиційною діяльністю – упорядкована система впливу на інноваційно-інвестиційні процеси, що протікають на підприємстві, на основі сукупності регламентуючих положень, які забезпечують структурним підрозділам підприємства досягнення індикативно заданих або прогнозованих результатів на основі інноваційної моделі розвитку.

Механізм управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємства можна визначити як сукупність інституціональних та організаційних структур та комплекс методів управління, що ними використовуються, та послідовність застосування даних методів. Механізм управління інноваційно-інвестиційною діяльністю включає такі елементи: правове, нормативне, інформаційне забезпечення, методи та важелі управління інвестиційними процесами, державну інвестиційну політику.

Традиційні методи управління включають економічні, адміністративно-правові, організаційно-адміністративні, соціально-психологічні, розрахунково-аналітичні, графо-аналітичні, економіко-аналітичні, евристичні. Ці методи є актуальними і у сучасних ринкових умовах, проте їх застосування дещо змінюється, удосконалюється. В сучасних умовах важливого значення набувають методи управління з позиції стратегії (управління за допомогою вибору стратегічних позицій і ранжирування стратегічних завдань, управління за сильними та слабкими сигналами; управління в умовах стратегічних несподіванок; управління стратегічним набором; методи стратегічного аналізу) [1].

Методи управління інвестиційними процесами – це сукупність інвестиційних способів, які використовують у інвестиційній діяльності

господарських суб'єктів (держава, підприємства) для використання своїх функцій. Здійснення процесів управління інвестиційною діяльністю підприємства відбувається на основі використання різних методів, інструментів, методик, а також техніки і технології. Для цілей управління інвестиційною діяльністю як динамічним процесом зазвичай застосовуються статистичні методи, методи факторного аналізу, економіко-математичного моделювання, прогнозування та інші, які у поєднанні утворюють різні методики оцінки ефективності, розвитку, вибору стратегії розвитку та його моделювання [2].

У сучасних ринкових умовах активізація інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств неможлива без державної підтримки, яка здійснюється з використанням різних інструментів та методів.

Такі країни як Фінляндія, Швеція, Німеччина із високим рівнем науково-технологічного розвитку пріоритетне значення надають заходам прямої фінансової підтримки. До таких інструментів можна віднести: пряме державне фінансування (воно виконується шляхом виділення субсидій, кредитів, грантів), податкові або фіскальні стимули, надання державних гарантій, підтримка ризикового фінансування, а найголовніше – створення сприятливої інфраструктури для інноваційної діяльності[3].

Отже, в умовах жорсткої конкурентної боротьби підприємства лише завдяки інвестуванню в інноваційну діяльність можуть досягти високих економічних показників, зокрема зростання прибутку та збільшення обсягу виробництва продукції. Для цього слід змінювати підходи та принципи управління, а також використовувати сучасні методи управління інноваційно-інвестиційною діяльністю з позиції стратегії. Забезпечення інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств у сучасних умовах неможливе без державної підтримки. Зарубіжний досвід свідчить про дієвість заходів прямої державної підтримки інноваційно-інвестиційної діяльності.

Література

1. Жилінська Л.О. Методи та інструменти управління забезпеченням розвитку промислових підприємств. *Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво»*. 2017. № 3. С. 34–42. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2017_3_9. (дата звернення: 04.10.2020).

2. Крамаренко К.М. Формування механізму управління інвестиційною діяльністю підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2020. № 1 (18). С. 104 – 108. DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-1-19>.

3. Касьяненко В.О. Зарубіжний досвід управління інноваційним потенціалом економіки та можливості його використання в Україні. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 4., Т. II. С. 200 – 204.

Крамаренко К.М.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та військового господарства,
Стародуб Р.В.,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Маркетингова діяльність підприємства: управлінський аспект

Маркетинговий підхід до управління підприємством сьогодні є важливим та необхідним для швидкої адаптації до зовнішнього середовища. На сучасному етапі перед підприємством постає завдання не лише впровадження служби маркетингу як невід'ємного елемента ефективної підприємницької діяльності та вирішення проблем управління маркетингової діяльності, а й повної орієнтації на ринок та використання принципів маркетингового менеджменту як філософії ведення бізнесу. Формування та використання сучасних механізмів маркетингу на засадах інтеграції з менеджментом дозволяє вирішувати низку практичних проблем ефективного господарювання [1].

Управління маркетинговою діяльністю на підприємстві здійснюється у трьох напрямках: формування маркетинг-міксу, управління службою маркетингу, внутрішній маркетинг. Отже, модель управління маркетинговою діяльністю підприємства – це сукупність визначених суб'єктів, об'єктів, інструментів та методів управління, що у процесі взаємодії між собою спрямовані на ефективне управління маркетинговою діяльністю підприємства[2].

У своїй діяльності підприємства ресторанного господарства повинні дотримуватися клієнто-орієнтованого підходу, який характеризується орієнтацією на втримання споживачів, індивідуальними комунікаціями й співробітництвом, заснованому на відносинах, а не на продукті, припускає використання в управлінні маркетингом концепції маркетингу відносин [3].

Механізм маркетингового управління організацією передбачає розвиток комунікативних зв'язків з ринком (прямих і зворотних). Організація не тільки направляє на ринок товари і отримує назад гроші, але і направляє на ринок і отримує назад маркетингову інформацію, яка становить основу для прийняття багатьох управлінських рішень на підприємстві: виробничих, фінансових, збутових, адміністративних і т. д. [1].

Управління маркетинговою діяльністю спрямоване на вирішення наступних питань: що виробляти (кількість і якість товару); з якими витратами (ресурси); як робити (за якою технологією); хто повинен виробляти (виконавці); коли робити (терміни); де робити (місце); кому продавати (споживачі); як продавати (асортимент, упаковка, ціна, продаж, реклама тощо).

Ефективність управління маркетингом значною мірою залежить від трьох основних складових будь-якого процесу управління: планування, організації й системи контролю на підприємстві. Крім того, виділяють такі функції управління,

як мотивація, регулювання й облік, а також дві специфічні функції – прогнозування й аналіз.

Організація маркетингової діяльності включає наступні заходи:

- побудова організаційної структури управління маркетингом;
- підбір фахівців з маркетингу належної кваліфікації;
- розподіл завдань, прав і відповідальності в системі управління маркетингом;
- створення умов для ефективної роботи співробітників маркетингової служби (організація їхніх робочих місць, надання необхідної інформації, засобів оргтехніки й т.д.);
- організацію ефективної взаємодії маркетингових служб із іншими службами організації.

Контроль маркетингу – це постійна, систематична й неупереджена перевірка й оцінка положення та процесів в області маркетингу. Контроль повинен забезпечувати досягнення підприємством намічених цілей. У зв'язку зі швидкими змінами умов зовнішнього середовища контроль маркетингу має центральне значення[4].

Таким чином, у сучасних умовах маркетинг є невід'ємною складовою системи управління підприємством. Виходячи з цього, формування ефективного механізму маркетингового управління організацією, реалізація функцій планування, організації й контролю у системі маркетингового управління стають передумовами успішного ведення бізнесу.

Література

1. Райко Д.В., Лебедева Л.Е. Модель управління маркетингом у системі менеджменту промислового підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 1. С. 107 – 123.
2. Коноплянникова М.А. Управління маркетинговою діяльністю: поняття, принципи, підходи. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 17. С. 332–336.
3. Крамаренко К.М., Сіроус Б.В. Особливості маркетингу підприємств ресторанного господарства. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. Вип. 5 (67). С. 72 – 76.
4. Наумова О.Е. Управління маркетингом в системі менеджменту підприємства. *Сучасні проблеми економіки і менеджменту* : тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 10–12 листопада 2011 р. Львів : Національний університет "Львівська політехніка", Інститут економіки і менеджменту, Інститут післядипломної освіти, 2011. С. 106–107.

Крамаренко К.М.,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту та військового господарства,

Танцюра Л.О.,

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти факультету логістики

Національна академія Національної гвардії України, Харків

Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства

Сучасний стан ринкових економічних процесів свідчить про загострення конкурентної боротьби підприємств. Вочевидь, що ці процеси будуть поглиблюватися, і побудова механізму управління конкурентоспроможністю підприємств на основі клієнтоорієнтованого, інноваційного підходів стає одним із важливих факторів підвищення конкурентоспроможності.

Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства доцільно визначити як сукупність взаємопов'язаних організаційних та економічних важелів й інструментів, які впливають на генерування цінностей і примноження конкурентних переваг задля забезпечення успішного функціонування та розвитку підприємства. Саме тому механізм управління конкурентоспроможністю підприємства слід будувати так, щоб основні його елементи в результаті формували цільові комплексні блоки, які відображають конкретні організаційні, економічні, техніко-технологічні заходи в їхньому взаємозв'язку і взаємозалежності, реалізація яких має сприяти результативному здійсненню управлінських рішень у даній сфері діяльності[1].

Ефективний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства включає такі складові, як суб'єкт, об'єкт, мета, завдання, рівні, функції, принципи, інструменти та методи управління, сфера забезпечення, а також фактори впливу на конкурентоспроможність.

Метою управління конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі. Об'єктом управління конкурентоспроможністю підприємства є рівень конкурентоспроможності, необхідний і достатній для забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції. Суб'єктами управління конкурентоспроможністю підприємства є визначене коло осіб, що реалізують його (управління) мету: власник підприємства, вищий управлінський персонал підприємства (директор, заступники директора та керівники підрозділів підприємства), лінійні менеджери операційних підрозділів підприємства, державні та відомчі управлінські структури та органи[2].

Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства реалізується через низку інструментів, до яких слід відносити:

економічні інструменти впливу – бюджетування, розробка економічних планів в контексті управління конкурентоспроможністю;

соціально-психологічні – соціальні плани, системи стимулювання та винагородження працівників;

адміністративні – розробка розпорядчих та дисциплінарних документів тощо [3].

Обов'язковими складниками такого механізму повинні бути нормативно-правове забезпечення розвитку конкурентоспроможності підприємства, організаційне забезпечення цього процесу, фінансово-економічне, кадрове, інформаційне та науково-технічне забезпечення.

У центрі уваги підприємства, що орієнтується на успіх, повинна бути розробка та реалізація власної конкурентної стратегії, яка має враховувати характер і потенціал конкуруючих сил на ринку, що формують і визначають його динаміку, дифузію споживачів і конкурентів у маркетинговому середовищі. Для визначення конкурентної позиції підприємства на галузевому ринку необхідна об'єктивна методика оцінки конкурентоспроможності. Серед найбільш відомих методик виділяють такі: 1) методи, засновані на аналізі порівнювальних переваг; 2) методи, засновані на теорії якості товару; 3) методи, побудовані на основі теорії ефективної конкуренції; 4) комплексний підхід; 5) метод експертних оцінок.

Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства буде найбільш ефективним у тому разі, коли він посилюватиме мотивацію діяльності людей. За таких умов узгодженість інтересів взаємодіючих сторін досягається вибором методів і ресурсів управління відповідно до природи факторів управління, на які здійснюється вплив. За неузгодженості інтересів неможливе здійснення ефективного впливу на внутрішні та зовнішні фактори і досягнення поставленої мети. Стратегічними завданнями формування механізму управління конкурентоспроможністю підприємств повинні стати клієнтоорієнтованість, інноваційність, генерування цінності для споживачів, примноження компетентностей підприємства, нарощення прибутків.

Література

1. Халімон Т.М. Принципи побудови механізму управління конкурентоспроможністю підприємств. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент.* 2017. Вип. 25(1). С. 158-161.
2. Павлова В.А., Губарєв Р.В. Система управління конкурентоспроможністю підприємства. *Європейський вектор економічного розвитку.* 2014. № 2 (17). С. 168 – 176.
3. Воронюк Т.А., Лучик О.І. Формування механізму конкурентоспроможності на підприємстві як керованого процесу. *Український журнал прикладної економіки.* 2019. Том 4. № 3. С. 139–148.

Кузнецов В.Є.,
аспірант кафедри економіки та
управління виробничим і комерційним бізнесом,
Український державний університет залізничного транспорту, Харків

Ключові закономірності розвитку світового ринку вагонобудування в умовах цифровізації економіки

Процеси цифровізації обумовили суттєві трансформації у всіх без виключення галузях економіки. Технологічний прогрес призвів і до значних перетворень на світовому ринку вагонобудування.

Протягом останніх п'яти років світовий ринок вагонобудування активно демонстрував зростання обсягів виробництва. Значним поштовхом для підвищення економічної активності в галузі стали проекти оновлення парку рухомого складу залізниць, що реалізують в Китаї, Росії, Казахстані та ряді інших країн. Про активізацію вагонобудівного виробництва в світі свідчать темпи зростання обсягів реалізації продукції, які протягом 2016-2017 років щороку примножувалися. Так, наприклад, провідними європейськими компаніями в сфері вагонобудування у 2016 році було реалізовано вагонобудівної продукції до країн-членів ЄАЕС на суму 328 млн. дол., у 2017 році – на суму 395 млн. дол., то у 2018 році обсяг постачань значно зменшився і становив лише 80 млн. дол. [1]. На те, що 2018 рік став останнім роком, коли ринок вагонобудування активно збільшувався свідчать і динаміка обсягів виробництва вагонів світового лідера ринку – компанії CRRC. Так, згідно з офіційними даними компанії у 2017-2018 роках обсяги виробництва вантажних вагонів сягнули 37 тис. одиниць, а у 2019 році мало місце суттєве скорочення виробництва, обсяги якого зменшилися на 23,6 % та становили 8,7 тис. одиниць [2].

Попри те, що в цілому ринок наразі демонструє спад, зумовлений коронакризою і падінням попиту на продукція вагонобудування через скорочення вантажних перевезень, на сьогодні в галузі відбуваються прогресивні технологічні зміни, зумовлені цифровізацією.

По-перше, якісно змінюється технологічна база виробництва вагонів. Сьогодні такі світові лідери вагонобудування, як китайська компанія CRRC, науково-виробничий комплекс «ОВК», «RM Rail» активно впроваджують робототехніку, технології 3D – моделювання та друку, реалізуючи модель «цифрового двійника» виробництва. Саме остання на основі комплексу математичних моделей та інтелектуальних платформ дозволяє проводити автоматизований розрахунок виробничих потужностей відповідно до встановлених виробничих завдань, а також здійснювати симуляцію виробничого плану з метою встановлення «вузьких місць» і прогнозування потенційних порушень. Окрім цього впроваджені 3D-моделі заводів дозволяють в режимі реального часу контролювати рівень завантаження виробничих площ, процеси переміщення ТМЦ в рамках технологічного процесу, а також здійснювати збір

об'єктивної інформації щодо стану реалізації ключових виробничих завдань. Для виконання он-лайн моніторингу виробничого процесу світовими лідерами вагонобудування активно впроваджуються елементи ситуативного управління шляхом створення спеціалізованих ситуаційних центрів, що проводять збір даних про роботу виробничих підрозділів і оперативно реагують на зміни та відхилення у виробництві, дозволяючи таким чином приймати зважені та швидкі рішення. Фактично, впроваджуючи інформаційно-комунікаційні системи в процес управління виробництвом підприємства вагонобудування наразі реалізують адаптивну цифрову модель управління, що забезпечує прозорість та швидкість обігу інформації та знань [3].

З іншого боку процеси цифровізації якісно вплинули і безпосередньо на технічні характеристики вагонобудівної продукції. Активно впроваджуються в виробництво не лише нові типи вагонів з плавним ходом чи більш енергоощадні, а й реалізуються елементи предиктивної діагностики, що дозволяють спрогнозувати можливі відмови в роботі елементів рухомого складу.

Таким чином, ключовими закономірностями сучасного етапу розвитку світового ринку вагонобудування варто визначити: по-перше, тимчасове уповільнення темпів зростання галузі, зумовлене чинниками зовнішньої дії, а, по-друге, повну технологізацію (перехід на цифрові технології) виробничого процесу, що виражається у перебудові бізнес-процесів та трансформації технологічних параметрів продукції вагонобудування.

Література

1. Обзор состояния и развития отрасли железнодорожного машиностроения государств-членов Евразийского экономического союза за 2016-2018 годы. Евразийский экономический союз: веб-сайт. URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/prom_i_agroprom/dep_prom/SiteAssets/Obzor%20zhd%20prom%202016-2018.pdf (дата обращения: 08.11.2020).
2. Представлен рейтинг крупнейших вагоностроителей России по итогам прошлого года. Гудок.ru: веб-сайт. URL: <https://www.gudok.ru/news/?ID=1525159> (дата обарщення: 07.11.2020).
3. TMX: реальность цифровой трансформации. Livejournal.com. URL: <https://tmholding.livejournal.com/91318.html> (дата обращения: 08.11.2020).

УДК 351:614:8

Кулешов М. М.,

кандидат технічних наук, доцент

Національний університет цивільного захисту України, Харків

Загрози безпеці та тенденції розвитку системи цивільного захисту

Інтеграція Української економіки в європейський простір, масштаби і

характер діяльності соціальних інститутів, нові виклики сучасності, які пов'язані із загрозами природного, техногенного, соціального, воєнного характеру, вимагають нових підходів до побудови та організації управління системами безпеки і, зокрема, системою цивільного захисту (ЦЗ) України.

Основними факторами, що зараз створюють загрозу безпеки населення, території та об'єктам економіки є:

- зростання ризиків виникнення масштабних надзвичайних ситуацій (НС) техногенного і природного характеру, аварій, катастроф, вибухів на об'єктах економіки, систем життєзабезпечення, комунікацій, що мають важливе економічне, стратегічне і оборонне значення для держави, які пов'язані з низьким ступенем надійності систем управління технологічними процесами виробництва та систем забезпечення пожежної і техногенної безпеки, а також застарілими основними виробничими фондами;

- загроза активізації осередків збройних конфліктів та їх ескалації;
- зростаюча загроза проявів екстримізму та терористичної діяльності;
- поява та реалізація нових прийомів і способів ведення нетрадиційних війн;
- збереження імовірності виникнення епідемій, у тому числі, які визвано новими, раніш не відомими збудниками інфекційних захворювань;

- викиди, скиди, та відходи промислового виробництва, які призводять до хімічного, радіоактивного, теплового забруднення оточуючого середовища.

- збільшення у майбутньому розмірів можливих збитків від надзвичайних ситуацій та пожеж, а також збільшення обсягів робіт з захисту населення і територій від техногенних, природних та воєнних загроз.

З урахуванням зазначеного, одним із основних напрямів державної політики з забезпечення ефективного управління у сфері цивільного захисту є побудова принципово нової системи ЦЗ, що повинно відбуватися на базі визначених державою стратегічних цілей. Загальною (основною) ціллю системи ЦЗ є забезпечення необхідного рівня захищеності населення, територій, об'єктів економіки, матеріальних і культурних цінностей від загроз, які виникають під час надзвичайних ситуацій та воєнних конфліктів.

Державна система цивільного захисту України повинна бути готовою до виконання своїх завдань в умовах масштабних надзвичайних ситуацій техногенного і природного характеру, військових дій, всіх форм можливих збройних конфліктів, застосування всіх видів засобів збройного протидіювання.

З урахуванням досвіду провідних країн світу, слід очікувати, що в найближчому майбутньому система ЦЗ, як і вся оборона країни, будуватиметься за принципом стратегічної мобільності, сутність якого полягає у поетапному нарощуванні заходів цивільного захисту за часом і простором в залежності від місця та рівня загроз, а також у швидкої концентрації сил і засобів в потрібний час у потрібному місці. При цьому, слід враховувати особливості функціонування системи ЦЗ, залежно від режимів (умов) та оперативної обстановки. Однією з особливостей є те, що під виконання завдань особливого періоду система цивільного захисту повинна будуватися виходячи з основних можливих варіантів розвитку обстановки у загальному комплексі з системою забезпечення

обороздатності і внутрішньої безпеки України.

Удосконалення державної системи цивільного захисту повинно відбуватися з розумінням факту наявності для рішення завдань цивільного захисту мирного і воєнного часу (особливого періоду) одних і тих же органів державного управління, сил і засобів та способів, які використовуються під час дій з реагування на НС з внесенням, для особливого періоду, відповідних доповнень в структуру органів влади (військове командування, воєнно – цивільні адміністрації).

Наступним, в системі забезпечення захисту населення і територій від НС, є орієнтація на децентралізацію цивільного захисту. Вже зараз просліджуються ознаки того, що цивільний захист приймає більш територіальний характер, ніж відомчий (виробничий) і за умови децентралізації влади, при наявності відповідних ресурсів і повноважень, місцеві органи влади будуть в змозі вирішувати більшість завдань ЦЗ, як правило, своїми силами. Тобто, слід очікувати певної «децентралізації» цивільного захисту. Це буде виражатися в підвищенні прав і відповідальності місцевих органів управління у вирішенні завдань цивільного захисту в тому числі із організації протипожежного захисту населених пунктів.

Зазначене дозволяє сформулювати основні тенденції розвитку ЦЗ на найближчу перспективу: максимальне збереження, удосконалення і розвиток наявного потенціалу; розробка і запровадження превентивних заходів; адаптація до нових військово-політичних та соціально-економічних умов; гнучке стратегічне і оперативне реагування на зміни обстановки; створення можливостей для послідовного оперативного розгортання сил і засобів у короткі терміни і до необхідного рівня.

Література

1. Закон України «Про національну безпеку України» від 21 червня 2018р. № 2469м. Київ. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19>
2. Кулешов М.М. Щодо побудови та удосконалення діяльності державної системи цивільного захисту України / М.М. Кулешов // Вісник НУЦЗУ. Серія "Державне управління" 2018. - Вип.1(8) . – С. 433 – 440.

УДК338.583

Кучіна С.Е.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки і маркетингу,

Криворотько М.Р.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти факультету логістики
Національний технічний університет «ХПІ», Харків

Основні напрямки енергозбереження на промислових підприємствах

Сучасне незадовільне економічне становище більшості вітчизняних

промислових підприємств у значній мірі обумовлене низькою ефективністю використання наявних енергетичних ресурсів. Адже товари українського промислового виробництва, маючи високу частку енергоресурсів у собівартості, що складає у середньому 15–40% (за іншими оцінками – до 70% внаслідок значного їх подорожчання), просто не можуть конкурувати з більш дешевими іноземними аналогами у межах відкритого ринку [1].

Основні фактори енергозбереження, виокремлення яких ґрунтується на визначенні поняття раціонального використання енергії, можуть бути розподілені таким чином: техніко-технологічні; управлінські; структурні; організаційні; фінансово-інвестиційні; навчально-освітні.

Зміст техніко-технологічних факторів енергозбереження – це підвищення питомої ваги нових енергозберігаючих технологій і зростання ефективності використання паливно-енергетичних ресурсів (ПЕР) у традиційних джерелах енергії [2]

До оптимізації техніко-технологічних факторів можна віднести: освоєння вдосконалених електротехнологій; освоєння прогресивного електро - й теплоенергетичного устаткування, здійснення децентралізованих систем енергопостачання; розробка й освоєння техніки й технологій по використанню відновлюваних джерел енергії й вторинних енергоресурсів. Вітчизняна й закордонна практика дозволяє відібрати типи технологій і технічного оснащення, застосування яких дозволяє досягти максимального енергозберігаючого ефекту.

Заходи з модернізації структурної складової [3,4]: реконструкція виробничих будівель з застосуванням новітніх систем теплової ізоляції та модернізація внутрішніх мереж; розширення використання нетрадиційних та поновлюваних джерел енергії; модернізація структури енергозабезпечення підприємства за напрямками: електропостачання, електроспоживання; теплопостачання, теплоспоживання; вентиляція, кондиціонування повітря; холодопостачання; водопостачання і каналізація.

До організаційних факторів можна віднести створення структурного підрозділу (відділу) з енергоменеджменту. Функціонування відділу з енергоменеджменту забезпечить виконання наступних напрямків в сфері енергозбереження [4]: – розробка головних напрямків енергозбереження на підприємстві; планування виробничих процесів з упровадження енергозберігаючих технологій; розробка мотиваційних заходів для персоналу підприємства з енергозбереження; організація та поточне управління процесами енергозбереження; корегування існуючої стратегії діяльності підприємства щодо зменшення енергомісткості продукції, тощо.

Фінансово-інвестиційні фактори мають на меті організаційні зміни на рівні країни та регіону, такі як реформа ціноутворення, вдосконалення ринків електроенергії та газу, перехід на інтегроване планування роботи різних джерел енергопостачання [5].

Енергозбереження повинно бути пріоритетом економічного розвитку держави. Воно охоплює організаційну, наукову, практичну та інформаційну діяльність, які направлені на раціональне використання та економне витрачання

первинної і перетвореної енергії, природних енергетичних ресурсів у національному господарстві, що реалізується з використанням технічних, економічних і правових методів [6]. Це повинно сприяти раціональному використанню енергетичних ресурсів кожного виробника та споживача енергії.

Висновок. Сучасний розвиток економіки України повинен підтримуватись високоєфективною, технічно озброєною енергетикою, що має стати першим кроком для оздоровлення та росту економіки України.

Література

1. Агеев В.А. Нетрадиционные и возобновляемые источники энергии / В.А. Агеев. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2014. – 174 с.
2. Енергетична стратегія України на період до 2030 року [Електронний ресурс]: розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.03.2006 р. № 145-р. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/signal/kr06145a.doc
3. Мица Н.В. Сутність та проблеми енергозбереження в Україні / Н.В. Мица // Сталий розвиток економіки, 2011. – № 4. – С.40-47.
4. Юдін М.А. Напрями вдосконалення політики енергозбереження в Україні / М.А. Юдін. – Праці одеського політехнічного університету. – 2011. – Вип. 3(37). – С. 237-240.
5. O Kitchenko, S Kuchina [Decision making on the direction of investment in the development of separate parameters of agricultural equipment Technology audit and production reserves](https://journals.uran.ua/tarp/article/view/198866). – Харків : Технологічний центр, 2020. – Том 1, № 4 (51). – С.11–17. Режим доступу: <http://journals.uran.ua/tarp/article/view/198866>
6. Гевко Б. Р. Організаційно-економічний механізм енергозбереження на підприємстві: дис. канд. економ. наук: спец. 08.00.04 / Гевко Богдан Романович: Терн. нац. економ. ун-т. – Тернопіль, 2016. – 258 с.

УДК368.025.65

Кучіна С.Е.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки і маркетингу,

Кулага В.С.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Національний технічний університет «ХП», Харків

Стратегічне управління ризиками на підприємстві АТ «Світло шахтаря»

Використання різних методів кількісної оцінки ризику, незважаючи на значні труднощі, дозволяє підприємцям максимально уникнути ризикованих рішень та фінансових втрат[1-5].

Діяльність підприємства АТ «Світло шахтаря» супроводжується низкою

ризиків. Серед їх сукупності найбільш суттєвими є такі: ризик неуспішного налагодження системи збуту та каналів розподілу; ризик затримки платежів за відвантажену продукцію; ризик низької рентабельності продажу робіт та послуг; ризик високої собівартості послуг підприємств; ризик відсутності довгострокового планування показників фінансової діяльності підприємств; труднощі підприємства, пов'язані з укладанням договорів із постачальниками та споживачами (робіт, послуг).

Вибір оптимального споживача на базі оцінки ризику сприятиме прогнозуванню подальшої діяльності підприємства[5]. Для цього розробимо вибірку споживачів продукції АТ «Світло шахтаря», яка складається з фірм, що співпрацюють з підприємством не менше 5 років і купують продукцію на суму не менше 150 тис. грн. Це такі контрагенти, як ДТЕК - стратегічний холдинг, що розвиває бізнес в енергетичній галузі, а також веде видобуток вугілля та природного газу; ДП «Львіввугілля», включає 10 шахт; ВО «Волиньвугілля» — компанія в місті Нововолинськ, Волинської області, по вулиці Луцька, 1. Включає 5 шахт, які видобувають енергетичне вугілля; ПрАТ «Шахта Надія» .

Суми замовлень на 2019р. в усіх клієнтів АТ «Світло шахтаря» незначно збільшилась порівняно із попереднім роком. На даному етапі виникає необхідність оцінити ризик невдачі у 2020 році (укладання угоди на суму не меншу ніж у попередньому періоді), що ґрунтується на аналізі платежів за всі періоди часу.

В цілях даного дослідження пропонується застосувати статистичні методи прийняття рішень в умовах ризику, а саме розрахувати коефіцієнт варіації.

Даний показник використовується тоді, коли необхідно порівняти декілька варіантів угод з різним очікуваним результатом і різним ризиком. Він дозволяє оцінити розмір ризику на одиницю очікуваного результату.

Коефіцієнт варіації дозволяє порівнювати коливання ознак, які мають різні одиниці вимірювання. Чим вище коефіцієнт варіації, тим сильніше коливання ознаки. Отже, порівнюючи коефіцієнти варіації, обираємо варіант із найменшим значенням, оскільки нижчий коефіцієнт варіації вказує на менший розмір відносно ризику. У даному випадку найменш ризикованим є варіант з ДТЕК та ВО «ВолиньВугілля».

Серед множинності поглядів на визначення градацій ризику відсутній єдиний підхід щодо формулювання критеріїв оціночної шкали ризику[2,4]. Це пояснюється існуванням сукупності різних показників, що оцінюють рівень ризику. Тому, існування різноманіття шкал ризику може носити рекомендаційний характер щодо прийнятності тієї або іншої величини ризику.

Для коефіцієнта варіації, наводяться наступні шкали його коливання: до 0,1 – слабкий ризик; від 0,1 до 0,25 – помірний ризик; понад 0,25 – високий ризик[1-5]. Отже, використовуючи наведену вище шкалу коливання ризику відносно коефіцієнта варіації, можемо зробити такий висновок. Коефіцієнт варіації у випадку ВО «ВолиньВугілля» є меншим ніж в інших клієнтів АТ «Світло Шахтаря» і знаходиться в діапазоні від 0,2 до 0,23, що вказує на помірний розмір ризику

Висновок. Проведена оцінка імовірності ризику збуту дозволяє ПАТ «Світло Шахтаря» на підставі попереднього досвіду оцінити власні можливості, спрогнозувати процес закупівлі, передбачити збитки та розрахувати майбутній прибуток.

Література

1. Донець Л. І. Економічні ризики та методи їх вимірювання: навч. посіб. [Текст] / Л. І. Донець – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 312 с.
2. Івченко І. Ю. Моделювання економічних ризиків і ризикових ситуацій: навч. по-сіб. [Текст] / І. Ю. Івченко – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
3. Кузнецова Н. В. Управление рисками: учеб. пособие [Текст] / Н. В. Кузнецова. – Владивосток: ТИДОТ ДВГУ, 2004. – 168 с.
4. Окландер Т. О. Концепція управління маркетинговим ризиком промислового підприємства // Маркетинг: теорія і практика. Збірник наукових праць Східноукраїнського національного університету ім. Володимира Даля / Ред. кол.: Т. С. Максимова (гол.ред.). – Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2013. – С. 125-137.
5. Стратегічні проблеми оновлення промислового виробництва України в сучасних умовах : кол. монографія / авт. кол.: С. П. Сударкіна [та ін.] ; ред. С. П. Сударкіна ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : Друкарня "Мадрид", 2020. – 230 с.

УДК658.817

Кучіна С.Е.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки і маркетингу,

Мірошник М.В.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки і маркетингу

Національний технічний університет «ХПІ», Харків

Планування маркетингового аудиту

Проведення будь-якого аудиту неможливе без його планування. «Планування маркетингового аудиту — перший важливий етап в організації та проведенні аудиторської перевірки маркетингової діяльності на підприємстві»[1].

Планування маркетингового аудиту складається з наступних етапів:

- попереднє планування;
- розробка загального плану маркетингового аудиту;
- складання програми проведення маркетингового аудиту;
- звіт та формування програми профілактичних заходів у системі маркетингу

[1,2].

Попереднє планування складається з вибору часу проведення, оцінки

вартості проведення та маркетингового досвіду виконавців.

Після попереднього планування, керівництвом підприємства затверджується остаточний загальний план маркетингового аудиту. Але керівництво підприємства може і не погодитися проводити маркетинговий аудит, якщо необхідні для цього ресурси значно перевищують очікувані результати.

План маркетингового аудиту - це документ, який визначає керівні напрямки, у рамках яких відбувається перевірка маркетингової діяльності компаній. Структура плану залежить від завдань перевірки.

Після розробки генерального плану розробляється програма проведення маркетингового аудиту. Програма складається у письмовій формі і керівник групи аудиторів повідомляє о початку аудиту, тих кого будуть перевіряти. При цьому аудиторам керівництво підприємства видає посвідчення, завдяки яким вони мають доступ до внутрішньої інформації підрозділів, які підлягають перевірці.

Програма маркетингового аудиту - це детальний перелік аудиторської діяльності. Програма настільки детальна, що користуватися нею можна, як інструкцією. Аудиторська програма допомагає керувати виконавцями аудиту і контролювати їхню роботу.

Звіт про результати роботи маркетингового аудиту має включати наступну інформацію:

- 1) важливі маркетингові ресурси підприємства та перелік визначальних маркетингових потреб підприємства, добре і погано виконаних маркетингових робіт;
- 2) інформацію про маркетингову позицію фірми по відношенню до споживачів, конкурентів, постачальників та інших осіб;
- 3) оцінку сучасної маркетингової діяльності;
- 4) перелік маркетингових ресурсів і компетенцій, які, на думку аудитора повинно отримати підприємство;
- 5) рекомендації аудитора щодо майбутньої політики підприємства на ринку, особливо з погляду маркетингу і можливого ефекту [4, с. 48].

Висновок. Планування маркетингового аудиту — один з найважливіших етапів його проведення. Якщо аудитор вірно складе аудиторський план і програму аудиту, то у нього не буде проблем щодо самого проведення аудиту на підприємстві. Процедури аудиту також займають вагомe місце в аудиторській перевірці. Адже, щоб ретельно і правильно здійснити маркетинговий аудит необхідно в конкретній ситуації вибрати таку процедуру, щоб вона в повній мірі забезпечила правильність перевірки інформації наданої замовником.

Література

1. Корягіна С.В., Корягін М.В. Маркетинговий аудит. навч. посібник / С.В.Корягіна -Київ, Центр учбової літератури, 2014.- 320 с.
2. Плаксі́й Т. О. Маркетинговий аудит: сутність, складові та особливості проведення [Електронний ресурс] //Т. О. Плаксі́й, Г. В. Пухальська ; Вісник Хмельницького національного університету.- 2009. - №2 (Т.1).– С.74-77..

3. Кучіна С.Е. Цілі та засоби реалізації маркетингового аудиту Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – №20 (993). – С.132-135.

4. Дадьо Я. Маркетинговий аудит – засіб підвищення конкурентоздатності підприємств // Маркетинг в Україні. – К., 2006. – № 2. – С. 47 – 51.

УДК300.322

Літвиненко М.В.,
кандидат технічних наук, доцент,
Назаренко Д.С.,
здобувач вищої освіти
Національний технічний університет «ХПІ», Харків

Проблеми та перспективи розвитку інвестиційної діяльності підприємств в Україні

Інвестування в економіку є загальною закономірністю розширеного суспільного відтворення, в процесі якого здійснюється пошук раціонального варіанту структури національної економіки. Сьогодні від ефективності інвестиційної політики залежать стан виробництва, рівень технічної оснащеності основних фондів підприємств, можливості структурної перебудови економіки, рішення соціальних і екологічних проблем. На сьогодні підприємства України приділяють велику увагу чинникам ефективності своєї діяльності, шукають шляхи її підвищення через зниження витрат, модернізації обладнання, впровадження інформаційних технологій, що неможливо зробити без здійснення інвестицій.

В Україні підприємства стикаються з труднощами та перешкодами здійснення активної інвестиційної діяльності. Однак, не зважаючи на негативні фактори впливу, статистичні дані свідчать про позитивну динаміку інвестування.

Так, у 2018 році в Україні освоєно 526,3 млрд. грн. капітальних інвестицій, що на 17,3 % більше, ніж у 2017 році. Найбільшу частку інвестицій вкладено в матеріальні активи – 93,3%, з яких у будівлі та споруди вкладено 44,2 % усіх інвестицій, у машини, обладнання та транспортні засоби – 45,2 %. У нематеріальні активи в 2018 році вкладено 6,7 % загального обсягу капітальних інвестицій, з них 2,0 % вкладено в програмне забезпечення та бази даних.

Що стосується джерел фінансування інвестицій, то найбільшу суму капітальних вкладень становлять власні кошти підприємств та організацій, частка яких в загальному обсязі капітальних інвестицій в 2018 році зросла порівняно з попередніми роками і склала 71,3 %. Інвестиції за рахунок державного бюджету зросли, але мають дуже малу частку – 4% в загальній сумі інвестицій за 2018 рік. Частка капітальних інвестицій за рахунок кредитів банків та інших позик теж є незначною. Це свідчить про те, що банківська сфера не створює умов для можливостей кредитування інвестиційних проектів. Негативними змінами в

структурі капітальних вкладень є значне скорочення інвестицій за рахунок коштів іноземних інвесторів: якщо в 2016 році кошти іноземних інвесторів склали 2,9 % загального обсягу капітальних інвестицій, то в 2018 році всього 0,3 %. Це ще раз підтверджує висновки про те, що більшість іноземних інвесторів не ризикують вкладати кошти в економіку України.

Таким чином, інвестиції підприємства вкладають, в першу чергу, за власні кошти, не дуже розраховуючи на отримання кредитів та інші джерела фінансування.

Основними причинами незадовільного стану інвестиційної діяльності підприємств в Україні є:

- нестабільність політичної ситуації;
- недосконала база оподаткування;
- нестабільність законодавства;
- відсутність сучасних інформаційних систем зв'язку з потенційними інвесторами;
- нерозвиненість страхового та фондового ринків;
- незахищеність прав інвесторів;
- нерозвиненість сектору інституційних інвесторів, зокрема відсутність інвестиційних банків, потужних інвестиційних компаній;
- збільшення монополізації ринків, ріст рівня інфляції;
- низький рівень конкуренції виробництва, інноваційної активності та невисока платоспроможність підприємств;
- високі інвестиційні ризики та низька нормарентабельності більшості промислових підприємств;
- тривалість і громіздкість процедури реєстрації підприємств та ін.

Таким чином, основними напрямками вдосконалення інвестиційної привабливості України для іноземних інвесторів повинні стати:

- послідовне зниження тиску на інвесторів;
- створення дієвих механізмів управління інвестиційною діяльністю;
- реструктуризація економіки, пріоритетне залучення інвестицій у галузі;
- мотивація суб'єктів господарювання стосовно довгострокових вкладень;
- вдосконалення інвестиційного законодавства та забезпечення його стабільності;
- забезпечення гарантій інвесторам.

Отже, активізація процесів інвестування повинна передбачати розробку і реалізацію комплексу заходів як на макроекономічному рівні, так і на рівні окремих суб'єктів господарювання.

Література

1. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18 вересня 1991 р. № 1560-XII. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>.
2. Очередыко О. Перспективи розвитку інвестиційної діяльності підприємств України. Менеджер. Вісник Донецького державного університету

управління. 2016. № 4. С. 24–31.

3. Черток Д.Л. Проблеми залучення інвестицій в економіку України та шляхи їх рішення / Д.Л. Черток, С.П. Тітова // www.udau.edu.ua/library.

4. Майстро Р.Г. Інвестиційно-інноваційна діяльність промислових підприємств на регіональному рівні Р.Г. Майстро, Т.В. Полозова // Економіка: проблеми теорії та практики. Дніпропетровськ: ДНУ, Вип. 249 – Т. VI. - 2009.

УДК 339.13.027

Ляшевська О.І.,

кандидат наук з державного управління, доцент,

Масалітін В. М.,

здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня

Національний університет цивільного захисту України, Харків

Особливості ефективної системи антикризового управління

Фінансове оздоровлення як складова частина управління кризовим станом і банкрутством включає цільовий вибір найбільш ефективних засобів, стратегії, тактики, необхідних для певного типу підприємницької діяльності. Індивідуальність вибору цих засобів не означає, що немає деяких узагальнених, характерних для всіх підприємств, що знаходяться у фінансовій кризі. Вивчення досвіду подолання кризових ситуацій багатьох країн і конкретних підприємств дозволяє сформулювати гнучку систему антикризового управління.

Фінансова діяльність підприємства повинна відповідати макроекономічним умовам та умовам, які «диктує» ринок. Саме тому, особливо актуальним є поетапний аналіз виробничо-господарських результатів діяльності підприємства та фінансово-економічного механізму антикризових перетворень на підприємстві, а також виявлення резервів і методів підвищення прибутковості та ліквідності підприємства.

Аналітичне (діагностичне) дослідження підприємства, що передує антикризовому управлінню, повинно проводитися також під час його здійснення і є необхідним для встановлення та ідентифікації кризи, її глибини та характеру, прийняття антикризових рішень задля виведення підприємства із стану кризи. Діагностика кризового стану є необхідним етапом у процесі вивчення небезпек, що приховані у підсистемах життєдіяльності підприємства, що здійснюється на основі дослідження проблеми у результаті нагляду за станом усіх ланок підприємства.

На фазі «збурення» кризи проводиться аналіз відповідності проведених антикризових заходів характеру кризи: аналіз ефективності господарської діяльності у порівнянні із середньоринковим значенням. Аналіз ефективності диференціації портфелю активів, аналіз виробничо-технічних показників підприємства, аналіз відповідності витрат обсягу виробництва та прибутку.

Під час етапу «розгону» кризи слід звернутися до таких методів діагностики

кризового стану: використання ймовірнісних методів оцінки ризику (метод аналогій. Аналіз чутливості, аналіз сценаріїв), альтернативний аналіз короткострокових перспектив кризи в галузі з використанням технічного аналізу фондового ринку.

Повернення до нормального стану функціонування підприємства також містить приховані ризики, тому на цьому етапі слід здійснювати короткостроковий аналіз динаміки негативних проявів та середньостроковий прогноз шляхом аналізу фінансових коефіцієнтів, аналізу та оцінювання ризиків, експрес-аналізу ефективності господарської діяльності, порівняння із конкурентами та середнім значенням по ринку.

На етапі «заспокоєння» кризи застосовується фундаментальний аналіз втрачених можливостей, у тому числі поглиблений аналіз ефективності господарської діяльності, використання ймовірнісних методів оцінки ризику, оцінювання впливу несистематичних ризиків.

Післякризовий стан підприємства потребує постійного моніторингу за його станом та діагностику можливих загроз, комплексного аналізу розмірів збитків та збереження потенціалу шляхом аналізу техніко-організаційного рівня та умов виробництва, аналізу використання виробничих ресурсів, аналізу перспектив кризи у галузі, використання глобальних узагальнених показників ймовірності банкрутства, оцінки бізнесу та операційної діяльності.

Фундаментом, що забезпечуватиме стійкість підприємства та його подальший розвиток за умов нестабільності економічного макро- і мікросередовища, погіршення яких може призвести до виникнення кризи, має бути попередньо визначена інноваційна стратегія діяльності підприємства, що є одним з інструментів у процесі реалізації антикризової програми.

Інноваційна діяльність, яка є підґрунтям антикризового управління, може бути більш ефективним засобом виходу з кризи та більш доцільним заходом ніж політика економії витрат та зниження собівартості і повинна мати найбільш вагоме значення при виборі шляхів забезпечення беззбиткового функціонування підприємства.

Висновок. В умовах затяжної економічної кризи в країні одним із основних завдань управління підприємством має бути створення ефективної системи антикризового менеджменту. Антикризове управління є функцією менеджменту, яка забезпечує: уникнення кризових ситуацій; зменшення або ліквідацію наслідків фінансової кризи на підприємстві; забезпечення належного рівня платоспроможності. Від ефективності проведення антикризових заходів на підприємствах буде залежати їх майбутнє існування чи згортання діяльності.

Література

1. Гринько Т.В. Стратегія як інструмент антикризового управління на підприємстві / Т.В. Гринько // Економіст. – 2013. – № 8. – С. 51-53.
2. Кунденко А.В. Використання інноваційної стратегії в системі антикризового управління підприємством / Кунденко А.В., Мороз Н.В.

Логвиненко А.І. // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2012. – № 3 (15). – С. 130-137.

3. Прохорова В.В. Інноваційні перетворення як структурний елемент антикризового управління підприємством / В.В. Прохорова, В.І. Ярмолюк // Економіка і управління. – 2013. - № 2. – С. 28-33.

УДК 372.102

Науменко М.О.,

доктор філософії економічного напрямку, доцент,
професор кафедри менеджменту та військового господарства,

Голдобін С.В.,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Діагностика фінансового стану підприємства

У ході сформованої економічної ситуації в країні проблема аналізу фінансового стану підприємства стає усе більш актуальною, що обумовило дане дослідження[1].

Метою дослідження є розвиток теоретичних положень та розробка методичних і практичних рекомендацій щодо діагностики фінансових аспектів підприємства.

На наш погляд, фінансовий потенціал підприємства— це відносини, що виникають на підприємстві з метою досягнення максимально можливого фінансового результату за наявності власного капіталу, достатнього для виконання умов ліквідності і фінансової стійкості; можливості залучення капіталу в обсязі, необхідному для реалізації ефективних інвестиційних проектів; рентабельності вкладеного капіталу; наявності ефективної системи управління фінансами, що забезпечує прозорість поточного та майбутнього фінансового стану [2].

Методика визначення рівня фінансового потенціалу підприємства складається з наступних етапів:

1. Визначення рівнів ФПП і їхньої характеристики.

2. Оцінка ФПП за фінансовими показниками. На цьому етапі пропонується провести експрес-аналіз основних показників, які характеризують ліквідність, платоспроможність і фінансову стійкість підприємства.

3. Оцінка ФПП за критерієм «можливість залучення додаткового капіталу». Рівень ФПП за цим критерієм також буде визначатися ступенем привабливості підприємства для потенційного інвестора.

Аналізуючи фінансовий стан досліджуваного підприємства, яке дозволило ідентифікувати застосовані методики «пріоритетних індикаторів» і рейтингової оцінки не можна розглядати як гарантію перспективного стабільного розвитку, тому для закріплення досягнутого положення в дослідженні розглянуто етапи фінансової стабілізації підприємства і визначені відповідні їм внутрішні

механізми: оперативний, тактичний і стратегічний [3].

Таким чином, результати дослідження показують, що змінюючи параметри діагностики фінансової стратегії підприємства, можна відповідним чином змінювати оптимальний темп приросту обсягу товарообігу, зберігаючи при цьому досягнутому (базову) фінансову рівновагу.

Література

1. Бень Т.Г., Довбня С.Б. Інтегральна оцінка фінансового стану підприємства // Фінанси України. – 2016. – № 6. – С. 53-59.
2. Білик М. Удосконалення методичних підходів до аналізу фінансового стану підприємства // Економіст. – 2018. – № 11. – С. 40-42.
3. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л. та ін. Фінансовий словник / Під. ред. Завгороднього А.Г.- 4-те вид., випр. та доп.. – К.: Т-во „Знання”, КОО; Л.: Вид-во Львівського банківського інституту НБУ, 2019. – 566 с.

УДК 305.122

Науменко М.О.,

доктор філософії економічного напрямку, доцент,
професор кафедри менеджменту та військово гогосподарства,

Лисак Т.А.,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Забезпечення фінансової стійкості підприємства

Прибуток підприємства в загальному розумінні являє собою частину вартості доданого продукту, створеного працею, і є складовою частиною забезпечення фінансової стійкості підприємства. Об'єктивна основа існування прибутку пов'язана з необхідністю первинного розподілу додаткового продукту: підприємство одержує прибуток після того, як втілена у створеному продукті вартість буде реалізована і набере грошової форми.

Формування та використання прибутку являє собою процес підготовки й прийняття відповідних управлінських рішень із питань його цільового використання на підприємстві. Початковою стадією управління прибутком підприємства є його аналіз.

Аналіз прибутку являє собою процес дослідження умов і результатів його формування й використання з метою виявлення резервів подальшого підвищення ефективності управління ним на підприємстві.

Метою дослідження є розвиток теоретичних положень та розробка методичних і практичних рекомендацій щодо забезпечення фінансової стійкості підприємства.

Завдання дослідження:

- розглянути сутність та значення категорії прибутку;
- дослідити методи та прийоми аналізу прибутку;
- розглянути порядок формування та розподілу прибутку підприємства;
- проаналізувати утворення і розподіл прибутку підприємства;
- надати шляхи максимізації прибутку підприємства;
- провести розрахунок економічної ефективності пропозицій.

Таким чином, досліджуючи прибуток як частину чистого доходу, який безпосередньо одержують підприємства після реалізації продукту як винагороду за вкладений капітал і ризик підприємницької діяльності, виявилось, що кількісно він становить різницю між сукупними доходами (після сплати податку на додану вартість, акцизного податку та інших відрахувань з виручки в бюджетні і не бюджетні фонди) і сукупними витратами звітного періоду. Обсяг прибутку залежить від виробничої, постачальницької, маркетингової, збутової, фінансової та інвестиційної діяльності підприємства, тобто цей показник характеризує усі сторони господарювання.

Література

1. Про внесення змін і доповнень в Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств»: [закон України: офіц. текст: за станом на 22 травня 2011 року]. – К.: Парламентське вид-во, 2011.- 68 с. – ISBN 986-876-543-0.
2. Дикань, В. Л. Економіка підприємства: підручник / В. Л. Дикань, І. М. Писаревський. - Х.: ХФВ „Транспорт України”, 2018. - 200 с.
3. Дикань, В. Л. Економічний механізм підприємства: навчальний посібник / В. Л. Дикань, І. М. Писаревський. - Х.: ХФВ „Транспорт України”, 2015. - 128 с.

УДК 316.212

Науменко М.О.,

професор кафедри менеджменту та військового господарства,
доктор філософії економічного напрямку, доцент,

Моргунов В.С.,

здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Удосконалення стратегічного управління підприємства

Реформування економіки України визначило нові умови і принципи функціонування виробництва. Сьогодні результати діяльності суб'єктів виробництва залежать значною мірою від використання ефективних ринкових механізмів управління та розвитку підприємницької діяльності. Проте тривала криза, низький рівень матеріально-технічної бази виробництва, не дають можливості повною мірою покращити макро і мікро показники нашої

промисловості та підвищити конкурентоспроможність продукції як на внутрішньому так і зовнішньому ринках.

Метою дослідження є розвиток теоретичних положень та розробка методичних і практичних рекомендацій щодо удосконалення стратегічного управління підприємством, спрямованого на підвищення ефективності його діяльності. Для досягнення поставленої мети визначено такі задачі:

обґрунтувати теоретичні і методологічні підходи до формування стратегічного управління підприємницькою діяльністю;

визначити та обґрунтувати основні фактори, які впливають на стратегічне управління підприємницькою діяльністю;

провести аналіз зовнішнього середовища підприємства та його конкурентоспроможності; визначити організаційно-економічні передумови удосконалювання діяльності підприємства.

Вітчизняне виробництво сьогодні характеризується далеко не повним використанням факторів управління, які забезпечують підвищення його ефективності, удосконалювання структури, впровадження новітньої технології і сучасних методів управління виробництвом. За таких умов необхідний пошук нових підходів для забезпечення фінансового оздоровлення і розвитку промисловості.

Одним з таких підходів є стратегічне управління підприємницькою діяльністю. В основі стратегічного управління лежить стратегія розвитку виробництва, розроблена на тривалу перспективу, яка дозволяє йому за більш короткий проміжок часу адаптуватись до реалій ринку, своєчасно реагувати на зміни як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Саме тому впровадження стратегічного управління підприємницькою діяльністю є однією з основних задач і умов забезпечення ефективності виробництва.

Таким чином, при розробці елементів механізму удосконалення стратегічного управління підприємства його обґрунтування використовувалась послідовність комплексної оцінки інвестиційної привабливості підприємства харчування, яка ефективно впливає на організаційно-методичне забезпечення стратегічного управління підприємства харчування.

Література:

1. П'ятницька Н.О. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства: Підручн. Для ВУЗів - К.: Київ, нац. торг.-екон. ун-т, 2016. - 632 с.
2. Савицька Л. Стратегія та ресурси // Ринок. К. – 2019- № 9-Ю. - С.42-45.
3. Салун В. Стратегічне планування // Маркетинг. - К. - 2019. - № 1. - С.42-47.

УДК 302.212

Науменко М.О.,
доктор філософії економічного напрямку, доцент,
професор кафедри менеджменту та військового господарства,
Нескромна К.В.,
здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Розробка технології впровадження інновацій в діяльність підприємства

Результати інноваційної діяльності істотно позначаються на всіх аспектах розвитку людського суспільства, змінюють саме середовище життя і діяльності людини, способи забезпечення його існування і розвитку. З погляду конкретних підприємств інноваційну діяльність необхідно розглядати як один з основних засобів їхньої адаптації до постійних змін умов зовнішнього середовища[1].

У загальному випадку виділяють два типи ринкових стратегій функціонування господарюючого суб'єкта: стабілізаційні (збереження досягнутого рівня виробництва, частки ринку тощо) і розвиваючі (розширення виробництва, частки ринку, збільшення прибутку і ін.). Як свідчить практика, перші можуть принести тільки тимчасовий успіх і не можуть забезпечити тривалого виживання підприємств на ринку відповідно до їх місії і прийнятої мотивації бізнесу [2].

У процесі створення і реалізації інновацій беруть участь багато суб'єктів підприємницької діяльності. До них відносяться безпосередньо підприємства, наукові установи, банки, венчурні підприємства, держава в особі органів державного управління і контролю за інноваційними процесами і т.д. Ці організації, як правило, відокремлені один від одного, перебувають у різному підпорядкуванні, що ускладнює координацію взаємодії між ними. На сьогодні у США в процесі створення інновацій застосовуються так звані великі кластери. До них входять усі ланки, які беруть участь в інноваційному процесі: постачальники сировини, комплектуючих, виробники. На договірній основі в ряді випадків створюється тимчасове загальне керівництво такими об'єднаннями. Це дозволяє оперативнo узгоджувати всі необхідні питання, що скорочує терміни створення та реалізації нововведень, перешкоджаючи їх моральному старінню, сприяє зниженню відповідних витрат і підвищенню якості інновацій. Використання такого досвіду було б актуальним і для України [3].

Таким чином, проведений аналіз інноваційної діяльності та управління інноваційним розвитком свідчить, що головною причиною низької активності вітчизняних підприємств є відсутність мотивації до організації високопродуктивних інновацій. Інноваційна діяльність є малоприбутковою (низькорентабельною) та більш ризикованою, порівняно з іншими видами діяльності. Формами стимулювання інноваційної діяльності можуть бути: встановлення податкових канікул, фінансування частин науково-прикладних досліджень за рахунок бюджету чи позабюджетного фонду, державне замовлення

інноваційної продукції.

Література

1. Інноваційна діяльність в Україні: Стат. збірник. –Київ: Держкомстат України, 2018. – 111 с.
2. Інновації у виробництві. – Київ: Наукова думка, 2017. – 192 с. Логінов В., Кулагін А. Інноваційна політика//К.: Економіст. – 2019. – № 9. – С. 31-36.

УДК 321.262

Науменко М.О.,

доктор філософії економічного напрямку, доцент,
професор кафедри менеджменту та військового господарства,

Чалий Д.В.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Вдосконалення управління трудовими ресурсами підприємства

Для ефективного управління підприємством, спираючись на традиційні методи управління, необхідно використовувати інновації, тобто нові, вдосконалені та нетрадиційні підходи в управлінській діяльності, тому що в нашідні основою будь-якого виду управління підприємством є високоефективна діяльність, що спирається на прогресивні інноваційні фактори. До одних із них відноситься управління трудовими ресурсами, спрямовані на забезпечення нормальних умов праці та створення конструктивних взаємин між роботодавцями, працівниками та державою[1].

Метою дослідження є визначення та аналіз питань, пов'язаних із сучасним управлінням трудовими ресурсами на підприємстві [2].

Управління трудовими ресурсами відбувається на рівні держави та підприємства. Державний рівень управління трудовими ресурсами підприємств – це рівень управління трудовими ресурсами в межах окремого регіону та держави в цілому, що представляє собою сукупність органів державних і регіональних законодавчих, виконавчої і судової влади, централізовано регулюючих основні соціально-економічні відносини в країні та її суб'єктів, а також сукупність методів управління та механізм і в їх використання [3].

Управління трудовими ресурсами на рівні підприємства передбачає ряд наступних основних завдань:

- визначення потреби підприємства у робітниках різних спеціальностей та кваліфікації;
- аналіз ринку праці і управління зайнятістю;
- відбір і адаптація персоналу;
- планування кар'єри співробітників того чи іншого підприємства, їх

професійного та адміністративного зростання;

- забезпечення раціональних умов праці, у тому числі сприятливої для людини соціально-психологічної атмосфери;
- організація трудових процесів, їх координація, аналіз витрат та результатів праці, встановлення оптимального співвідношення між кількістю одиниць обладнання та чисельністю персоналу різних груп;
- розробка систем мотивації ефективної діяльності;

Таким чином, управління трудовими ресурсами на підприємствах потребує подальшого розвитку і вдосконалення, у зв'язку з чим, необхідно більш широке впровадження методів на основі більш поглиблених:

- мотивації та стимулювання інноваційної активності працівників;
- розвитку інноваційних комунікацій;
- формування системи ефективного генерування та акумулювання нововведень;
- побудови ефективного механізму впровадження та поширення нововведень.

Література

1. Заярна Н.М. Проблеми і перспективи розвитку трудових ресурсів в Україні / Н.М. Заярна, О.М. Каралюс // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2018. – Вип. 21.3. – С. 172-175.
2. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента / Н.И. Кабушкин. – Минск : Изд-во "Новое знание", 2010. – 336 с.
3. Калина А.В. Организация и оплата труда в условиях рынка / А.В. Калина. – К. : Вид-во МАУП, 2019. – 312 с.

УДК 355.351

Нестеренко Р.В.,

кандидат економічних наук,

доцент кафедри технічного та тилового забезпечення, підполковник,

Кушнарченко В.В.,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Застосування передових технологій в організації помивки особового складу Національної гвардії України

Науково-технічний прогрес не стоїть на місці, постійно дивуючи різними нововведеннями і корисними досягненнями. Вони стосуються всіх сфер, в тому числі і нагріву води. Людина з давніх часів використовує енергію Сонця для нагріву води. В основі багатьох сонячних енергетичних систем лежить застосування сонячних колекторів. Колектор поглинає світлову енергію Сонця і

перетворює її в тепло, яке передається теплоносію (рідині або повітряю) і потім використовується для обігріву будівель, нагріву води, виробництва електрики, сушки сільськогосподарської продукції або приготування їжі. Сонячні колектори можуть застосовуватися практично у всіх процесах, що використовують тепло.

Повноцінне використання ж головного нашого джерела відновлювальної енергії – Сонця, завжди обмежувалося технологічним рівнем цивілізації. Останні досягнення науково-технічного прогресу в галузі приборкання сонячної енергії за останні 20-30 років зробили можливим її масштабне використання не лише з промисловою та науково-дослідницькою метою, а й на рівні побутового застосування – для вироблення тепла та отримання електроенергії.

Відновлювальна енергія – це такий вид енергії, постачання якої здійснюється з постійних джерел, які, відповідно до людських уявлень, вважаються невичерпними. У якості регенеративних джерел енергії можуть розглядатися: енергія сонячного світла і тепла, вітру, сила води, припливів та відпливів, а також енергія земного тепла.

Вирішальним є той фактор, що під час використання таких тривалих джерел енергії не утворюється вуглекислий газ і не нагромаджуються радіоактивні атомні відходи. Енергія отримується під час постійних процесів, що відбуваються у природі і використовуються для технічних потреб. У фізичному сенсі енергія не відновлюється, а постійно отримується з названих джерел.

Мета полягає у розробці методики застосування передових технологій шляхом використання альтернативних видів енергії в повсякденній діяльності Національної гвардії України.

Предмет дослідження складає система підігріву води для потреб лазень НГУ.

Об'єктом дослідження є сонячні колектори, що застосовуються в підігріві води лазень НГУ.

Для досягнення поставленої мети потрібно вирішувати такі основні завдання:

- удосконалення енергопостачання (підігріву води, за допомогою сонячних колекторів) лазень НГУ;
- впровадження особливостей передової технології електропостачання;
- планування та організація введення новітньої технології енергопостачання (підігріву води, за допомогою сонячних колекторів) для особового складу Національної гвардії в побутових умовах.

Проаналізувавши нормативну літератури можна дійти висновку, що втілення передової технології, може бути гарним удосконаленням побутових умов військових частин НГУ.

Обґрунтовано та визначено переваги та недоліки сонячних батарей, шляхи удосконалення підігріву води у побутових умовах частин НГУ.

Практичне значення даного дослідження полягає в формуванні рекомендацій стосовно удосконалення підігріву води у побутових умовах частин НГУ, що дозволить ефективно вирішувати завдання підрозділів тилу та підтримувати матеріально-технічну базу у відповідному стані.

Література

1. Наказ Командувача НГУ від 29.07.2015 р. № 421 ” Про затвердження Інструкції з організації банно-прального обслуговування особового складу строкової військової служби Національної Гвардії України”.
2. Наказ Командувача НГУ від 05.08.2016 р. № 499 ” Про затвердження Інструкції з організації розміщення, харчування, водопостачання, банно-прального обслуговування особового складу Національної Гвардії України в польових умовах”.
3. Голицін М.В. Альтернативні енергоносії - Наука, 2004. – 159 с.
4. Khelifa, A., Touafek, K., Moussa, H. B., Tabet, I., hocine, H. B. cheikh E.,Haloui, H. (2015). Analysis of a Hybrid Solar Collector Photovoltaic Thermal (PVT).Energy Procedia, 74, 835–843. <https://doi.org/10.1016/j.egypro.2015.07.819>

УДК: 338.47:656.2 (447)

Овчиннікова В.О.,

доктор економічних наук, доцент, професор
кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом,

Бутенко Ю.П.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Український державний університет залізничного транспорту, Харків

Формування цифрового бізнес-середовища міжгалузевої взаємодії за участю залізничного транспорту

Наразі інформаційні системи та технології досягли нового інтелектуального рівня розвитку і вже недостатньо програмного забезпечення, призначеного лише для накопичення, обробки та систематизації інформації. Виникає потреба у розробці та впровадженні інтелектуально-інформаційних систем та технологій управління бізнес-процесами, підтримки прийняття стратегічних рішень, забезпеченні стратегічної взаємодії бізнес-суб'єктів на міжгалузевому, міжрегіональному та міждержавному рівнях.

Як бачимо, нині стратегічне зростання та забезпечення конкурентоспроможності бізнес-суб'єктів тісно залежить від впровадження засад їх інтелектуально-інформаційного розвитку. У цих умовах формування цифрового бізнес-середовища на міжгалузевому рівні набуває особливої важливості та актуальності, зокрема і для підприємств залізничного транспорту, що сьогодні потребують створення технологічного підґрунтя для реалізації трансформаційних процесів у галузі.

Необхідність всебічної інтелектуалізації та інформатизації залізничного транспорту підтверджується законодавчими нормативно-правовими актами на державному рівні. Так, Законом України «Про пріоритетні напрями інноваційної

діяльності в Україні» [1] визначено, що одним із стратегічних пріоритетних напрямів інноваційної діяльності є освоєння нових технологій високотехнологічного розвитку транспортної системи, ракетно-космічної галузі, авіа- і суднобудування, озброєння та військової техніки.

Відповідно до цього, визначено середньострокові пріоритетні напрями інноваційної діяльності загальнодержавного рівня на 2017-2021 роки [2], що передбачають розроблення агрегатів та систем нового покоління для швидкісного та високошвидкісного залізничного транспорту, розвиток транспортної логістики, розроблення та впровадження інтелектуальних та цифрових систем.

У Транспортній стратегії України на період до 2030 року також значну увагу приділено доцільності впровадження інтелектуальних та інформаційних технологій, а саме визначено необхідність [3]:

- запровадження електронного документообігу;
- створення комплексних інформаційних систем управління;
- контролю та ідентифікації вантажів і контейнерів, повідомлення про прибуття;
- оснащення транспортних засобів супутниковими навігаційними системами, інтегрованими до єдиної системи координатного управління;
- упровадження автоматизованої системи переходу залізничного рухомого складу з широкої на вузьку колію;
- створення автоматизованої системи керування залізничними перевезеннями через головний і регіональні центри управління, централізації управління рухом поїздів;
- забезпечення максимальної автоматизації процесів експлуатації та ремонтних робіт, проведення діагностики технічного стану рухомого складу залізничного транспорту тощо.

Наразі АТ «Укрзалізниця» зроблено перші кроки з формування інституційної основи забезпечення процесів інформатизації залізничної галузі. Створено у 2018 р. Апарат директора з питань інформаційних технологій як структуру, що організовує та контролює інформаційне забезпечення керівництва та структурних підрозділів АТ «Укрзалізниця».

Однак, для такого великого підприємства як АТ «Укрзалізниця» цього замало, доцільно окрім формування та удосконалення єдиного інформаційного середовища, що вже представлено сукупністю єдиних автоматизованих систем управління вантажними та пасажирськими перевезеннями, інфраструктурою, послугами тяги, виробництва та сервісу, сконцентрувати увагу на утворенні цифрового бізнес-середовища міжгалузевої взаємодії, що дозволить забезпечити системно-інтеграційний взаємозв'язок бізнес-партнерів об'єднання їх у межах єдиного інтелектуально-інформаційного простору і сформувати базис забезпечення взаємоузгодженості реалізації спільних бізнес-дій між партнерами та прийняття стратегічно важливих рішень щодо розвитку залізничного транспорту і не тільки.

Література

1. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні : Закон № 3715-VI від 08.09.2011 р. із змінами та доповненнями внесеними Законом України України № 5460-VI від 05.12.2012 р. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/ru/3715-17>.

2. Деякі питання визначення середньострокових пріоритетних напрямів інноваційної діяльності загальнодержавного рівня на 2017-2021 роки : Постанова Кабінету Міністрів України № 1056 від 28.12.2016 р. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/ru/1056-2016-%D0%BF>.

3. Про схвалення Національної транспортної стратегії України на період до 2030 року : Розпорядження Кабінету Міністрів № 430-р від 30.05.2018 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2018-%D1%80#Text>.

УДК: 338.47:656.2 (447)

Овчиннікова В.О.,

доктор економічних наук, доцент, професор
кафедри економіка та управління виробничим і комерційним бізнесом,

Ліпська Т.І.,

здобувач вищої освіти

Український державний університет залізничного транспорту, Харків

Пріоритетний напрямок формування та розвитку інноваційного потенціалу підприємства

Інноваційна діяльність підприємства залежить від рівня його інноваційного потенціалу. Інноваційний потенціал підприємства розглядається як система взаємопов'язаних чинників і ресурсів забезпечення постійної інноваційної діяльності підприємства у сфері пошуку, розробки й упровадження інноваційних продуктів і процесів. Визначаються різні структури інноваційного потенціалу, виділяють кадрову, інформаційно-методологічну, організаційно-управлінську та матеріально-технічну складову. Пріоритетним напрямком формування та розвитку інноваційного потенціалу підприємства стає його кадрова складова, адже більшим є вклад цінності людини в економічний розвиток ніж інші ресурси. Кадровий потенціал характеризує можливість персоналу застосовувати нові знання та технології, організаційні та управлінські рішення, виконувати розробки і виготовляти інноваційну продукцію. Кадровий потенціал характеризує систему менеджменту, її гнучкість та адаптивність.

Визначаються нові тенденції в управлінні кадровим потенціалом на рівні підприємства, перебудова менеджменту на основі якісно нових інноваційних принципів та визнання людини як фактору прогресу сучасного виробництва, перевага внутрішніх рис працівника, пов'язаних із творчою діяльністю, використання кваліфікованої праці, заснованої на творчому потенціалі працівника і визначальним стає інноваційне поведіння персоналу. Основою інноваційної

праці робітника є такі його риси як природні та здобуті здібності, знання, вміння, потреби, менталітет, поведінка. Такий підхід реалізується в активізації людського фактору, у використанні фізичного і психологічного потенціалу працівників, виконавських і творчих спроможностей, сполученні довгострокових господарських орієнтирів організації й використання потенціалу працівників. Розвиток людського потенціалу перетворюється в статтю інвестицій.

В результаті комплексний інноваційний механізм підприємства повинен базуватись на управлінні насамперед автономними робочими групами, розширенні мотиваційних умов, активізації творчих, пошукових зусиль, ув'язуванні всіх елементів трудового процесу, узгодженості інноваційних форм і методів управління працею зі стратегією розвитку підприємства

УДК: 338:26

Овчиннікова В.О.,
доктор економічних наук, доцент, професор
кафедри економіка та управління виробничим і комерційним бізнесом,
Мурза Я.В.,
здобувач вищої освіти
Український державний університет залізничного транспорту, Харків

Стан національної інноваційної системи

Спільнота світового ринку почала зосереджуватися на зближенні інтересів громадськості та бізнесу з кінця ХХ ст. Спочатку у суспільства були такі завдання та спонукання, як: створення сприятливого клімату для всього бізнесу; м'які інвестиції в інфраструктуру (персональне навчання, вдосконалення нормативних актів); розвиток партнерства між державою та приватним сектором; приватний сектор інвестує в загальний добробут; пріоритет цільових внутрішніх інвестицій, посилення конкурентних переваг у корпоративному секторі.

У 2016 році в Брюсселі розпочато зовнішній аудит української інноваційної та дослідницької системи. Міжнародні експерти спостерігали вкрай незадовільний стан національної інноваційної системи. Участь приватного сектору на рівні 20% від загальних витрат держави на науку є дуже низькою в порівнянні з його корпоративними можливостями. Базове машинобудування перетворилося з драйвера розвитку на стримуючий фактор, який заважає інноваційним механізмам. Таким чином, за роки незалежності ніхто не створив належних умов для розвитку науки та впровадження інновацій. Витрати державного бюджету на дослідження складають лише 0,22% ВВП. Хоча розробки вітчизняних вчених щороку надходять до КМУ та міністерств, практично лише кілька винаходів реалізуються практично. Однак світовий досвід показує, що результати наукових досліджень не можуть бути ефективно та швидко реалізовані лише на ринковій основі без значної державної підтримки. Значна частка інноваційної діяльності включає маркетинг та технології управління. Сектор торгівлі та послуг застосовує маркетингові та управлінські

технології, а не технологічні інновації. Перш за все, йдеться про засоби просування продукції, PR та HR діяльність, електронну комерцію, логістику та мотивацію персоналу.

Проаналізувавши стан національної інноваційної системи, ми виявили ряд негативних факторів, які гальмують її розвиток. До цих негативних факторів належать слизькі політичні рішення, зменшення уваги з боку уряду, вони вплинули на тип управлінських рішень, визначення пріоритетів, фінансування, законодавчу підтримку. Особливо нагальним є неадекватне регулювання у сфері інтелектуальної власності. Існують також проблеми комерційного впровадження результатів наукових досліджень. Це спричинено незацікавленістю в орендному бізнесі, незадовільною інфраструктурою та відсутністю підтримки в процесах міжнародної реєстрації прав інтелектуальної власності на винаходи.

УДК 657

Осипенко С. М.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри оперативного та логістичного забезпечення,

Ріятченко В.В.,

магістр оперативно-тактичного факультету
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Обґрунтування критеріїв оцінки стану тилового забезпечення військової частини НГУ

Складність завдань тилового забезпечення службово-бойової діяльності військових частин (з'єднань) у відповідності з їх призначенням об'єктивно передбачає необхідність управління ним як системної сукупності дій, узгоджених за цілями, місцем, часом та в просторі. Необхідним етапом управління вважається оцінка стану тилового забезпечення на його відповідність вимогам щодо успішного виконання поставлених завдань на основі заздалегідь визначених критеріїв.

На цей час оцінка тилового забезпечення частин (з'єднань) НГУ, як й інших складових діяльності проводиться у відповідності з Інструкцією про організацію та проведення інспекційних заходів у Національній гвардії України, введеної в дію наказом МВС від 15.06.2017 року № 512 (далі – Інструкція). Використовується шкала балових оцінок: “незадовільно”, “задовільно”, “добре”, “відмінно” як для окремих складових тилового забезпечення і, відповідно, діяльності певної служби тилу, так і тилового забезпечення та тилу в цілому на рівні від підрозділу до військової частини та з'єднання.

На основі аналізу змісту Інструкції, а також сучасних вимог до діяльності служб тилу, досвіду в її організації у військах пропонуються наступні доповнення до складу показників стану продовольчого, речового забезпечення, та забезпечення пально-мастильними матеріалами та критеріїв їх оцінювання:

1. Додатково до складу показників цих видів тилового забезпечення внесено показники: «Ступінь оснащення та стан технічних засобів служби» та «Наявність та стан утримання запасів на особливий період»;

2. Враховуючі відсутність в Інструкції критерії бальної оцінки для визначених показників стану служб тилу, що суттєво знижується об'єктивність оцінок і приводить до зростання ролі суб'єктивного фактору, сформовано для кожного загального показника стану за видами тилового забезпечення перелік конкретних показників, які відображають його зміст та вимоги. Наприклад, для речового забезпечення для загального показника «Забезпечення військовослужбовців речовим майном» пропонуються додаткові, так звані часткові показники, що розкривають його зміст, а саме: «Забезпеченість особового складу речовим майном за встановленими нормами», «Закріплення речового майна особистого користування за військовослужбовцями», «Забезпеченість особового складу комплектами робочого обмундирування», «Забезпеченість особового складу підмінним фондом», «Забезпеченість особового складу рушниками для ніг, приліжковими килимками, казарменими капцями»;

3. Для кожного часткового показника сформовано критерій його бальної оцінки. Так, для часткового показника «Забезпеченість особового складу речовим майном за встановленими нормами» оцінка «відмінно» виставляється при рівні забезпечення особового складу речовим майном у 100%, оцінка «добре» - при рівні (95 ... 99)%, «задовільно» - (90...94)%, «незадовільно» - менш 90%.

4. Розрахунок бальної оцінки загального показника запропоновано проводити за формулою простої середньоарифметичної величини відповідних часткових показників. Визначення загальної оцінки стану певного виду тилового забезпечення проводиться шляхом аналізу величин оцінок загальних показників згідно критеріїв, викладених в Інструкції. Пропонується також можливість визначення загальної оцінки виду тилового забезпечення проводити за формулою середньозваженої величини, тобто на основі оцінок відповідних загальних показників з урахуванням їх коефіцієнта вагомості, визначених окремо, в залежності від конкретних обставин діяльності відповідної служби.

Наявність середньозваженої величини оцінки дозволить суттєво поглибити аналіз стану тилового забезпечення, його ефективності як у часі, тобто по роках для підрозділу (частини), так і у просторі, тобто між окремими підрозділами (частинами). Також спрощується розрахунок ефекту під впровадження заходів, що пропонуються для покращення стану тилового забезпечення і, відповідно, процес вибору найкращого з них для реалізації.

В цілому, запропоновані критерії оцінки стану тилового забезпечення військової частини НГУ задовольняють вимогам об'єктивності, повноти відображення змісту тилового забезпечення, наявності інформації для оцінки, простоти розрахунків та зручності для проведення аналізу з метою визначення позитивного досвіду і недоліків в організації тилового забезпечення для прийняття рішень щодо підтримання його рівня, визначеного керівними документами.

УДК 658.18:656.2

Панченко Н. Г.,
доктор економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом,
Токмакова Є. В.,
здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня
кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом,
Український державний університет залізничного транспорту, Харків

Впровадження екологічно орієнтованої концепції маркетингу на залізничному транспорті

Покращення екологічної діяльності на залізничному транспорті є важливою складовою забезпечення його соціально-господарської відповідальності й фактором ефективного розвитку. При цьому слід враховувати, що на сьогодні серед інструментів екологічної політики суб'єктів господарювання все більше уваги приділяється екологічному маркетингу, грамотне використання якого приносить підприємствам матеріальні та нематеріальні вигоди. Зазначене вказує на актуальність впровадження екологічно орієнтованої концепції маркетингу в діяльність АТ «Укрзалізниця» в контексті екологічної модернізації компанії.

Екологічний маркетинг визначають як екологічно орієнтовану концепцію управління, інструментарій якої служить досягненню компромісу між споживачами, які прагнуть до розширеного споживання, і суспільством, котре розуміє необхідність зниження антропогенного навантаження на навколишнє середовище [1].

Відмінною рисою екологічного маркетингу є просування товарів і технологій надання послуг, що завдають мінімальної шкоди навколишньому середовищу на всіх стадіях їх життєвого циклу і створюваних завдяки застосуванню мінімально можливого обсягу ресурсів, перш за все енергетичних.

Нині у завдання екологічного маркетингу входить вивчення попиту на екологічно безпечну продукцію (послуги), технології створення нових очисних об'єктів, освоєння природних ресурсів, установлення цін на товари та послуги екологічного призначення. Вивчається також конкурентоспроможність екологічно безпечної продукції (послуг) тощо.

До основних функцій екологічного маркетингу належать:

- вивчення попиту на екологічно безпечну продукцію (послуги);
- екологічне ціноутворення;
- планування екологічно безпечного асортименту, збуту і торговельних операцій;
- планування «зеленої» модернізації виробництва, вивчення пропозицій на більш досконалі й нові очисні технології на основі висновків екологічних аудитів;
- здійснення діяльності, що пов'язана зі збереженням та вибором екологічно безпечного товаропересування та організація екологічно безпечного обслуговування споживачів.

Беручи до уваги вищесказане, нагальним питанням екологізації діяльності залізничного транспорту є інтеграції екологічних аспектів в стратегію і тактику маркетингу. Варто вказати, що традиційно виділяють чотири поля дії маркетингу: товарна, цінова, збутова і комунікаційна політики. Відповідно до цих елементів і слід реалізовувати інструментарій екологічного маркетингу у таких напрямках [2]: розроблення рішень з поліпшення послуг: зниження споживання ресурсів; відмова від шкідливих для здоров'я людини і навколишнього середовища матеріалів; заміна дефіцитних матеріалів (у тому числі викопної сировини) на матеріали, наявні в достатку; використання біорозкладаних матеріалів; розроблення рішень з поліпшення сервісу: використання упаковок і тари багаторазового заповнення; збір упаковок і тари з метою подальшого вторинного використання або повторного використання; зниження витрат пакувальних матеріалів; Розроблення нових екологоорієнтованих послуг залізничного транспорту: основної діяльності (наприклад, зелений туризм); послуг підсобно-допоміжної діяльності (наприклад, екологічний дизайн); збутова політика: вибір виду залізничних транспортних засобів або поєднань транспортних засобів; інвентаризаційний контроль; комунікативна політика: реклама; використання екологічного маркування; використання «екологічного паспорта матеріалу», завіреного незалежним авторитетним органом; зв'язки з громадськістю (publicrelations, PR)

Реалізація концепції екологічного маркетингу на залізничному транспорті повинна починатися з визнання її значення і пріоритетності на вищому корпоративному рівні, врахування її у місії та стратегічних цілей залізничної компанії. Заходи комплексу екологічного маркетингу доцільно формувати на основі ситуаційного аналізу ринкових можливостей і загроз, а також сильних і слабких сторін. Зовнішній і внутрішній комплекси екологічного маркетингу мають тісно взаємодіяти між собою, адже якість залізничних послуг залежить від взаємовідносин між різними підрозділами компанії, а також із споживачами. Кожна взаємодія має забезпечувати порозуміння щодо важливості екологічних питань і, відповідно, отримання екологічно безпечних послуг і товарів.

Таким чином, розвиток екологічного маркетингу на залізничному транспорті орієнтує його діяльність на задоволення екологічних потреб цільових сегментів за допомогою комплексу інструментів, забезпечуючи більш високу споживчу цінність у вигляді екологічної безпеки залізничних перевезень і сервісного обслуговування на залізничному транспорті.

Література

1. Садченко О. В. Принципи і концепції екологічного маркетингу: монографія. Одеса: Астропринт, 2002. 400 с.
2. Панченко Н. Г. Формування системи соціальної відповідальності на залізничному транспорті України : монографія. Х. : УкрДУЗТ, 2018. 398 с.

Пасько М.І.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, логістики та економіки,
Серікова О.М.,
здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня
Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

Джерела формування конкурентних переваг підприємства

Актуальність. Успішне функціонування вітчизняних промислових підприємств у складному, динамічному і невизначеному середовищі вимагає від них мобілізації зусиль з адаптації, гнучкості системи управління і виробничої системи, повного й комплексного використання власних конкурентних переваг. Це обумовлює необхідність визначення повного кола наявних та можливих джерел формування конкурентних переваг задля забезпечення синергетичного ефекту у процесі їх практичної реалізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження теоретичних проблем конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємств здійснили такі вчені, як М. Портер, Г. Азоев, Ю. Іванов, А. Градов, П. Забелін, М. Книш, Р. Фатхутдинов, А. Юданов та ін. В той же час, питання змістовної характеристики конкурентних переваг підприємства розроблено недостатньо повно, і за сучасних умов підвищення інтенсивності конкурентної боротьби вони вимагають уточнення та розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Особливе значення, з точки зору забезпечення високих фінансових результатів і стійкої конкурентної позиції, набуває створення та ефективна реалізація нових і підтримка існуючих конкурентних переваг підприємства, які власне й забезпечують його конкурентоспроможність.

Під конкурентною перевагою слід розуміти відмінності підприємства в деяких або в усіх видах діяльності, які забезпечують підвищення соціально-економічної ефективності в короткостроковому періоді й виживання в довгостроковому за рахунок пошуку нових можливостей і швидкої адаптації до навколишнього середовища та умов боротьби з іншими конкурентами.

На сьогоднішній день виділяють три концепції, що визначають головні джерела формування конкурентної переваги підприємства в сучасних умовах господарювання: інституційна, ринкова та ресурсна.

Інституційна концепція ґрунтується на тому, що здатність підприємства адаптуватися до бізнес-середовища, інтегруватися в інформаційне поле і систему ринкових зв'язків є джерелом конкурентної переваги є.

У контексті ринкової концепції ефективність підприємства в конкурентній боротьбі залежить від специфіки галузі, виду і масштабу конкуренції, а також від поведінки самого підприємства на ринку.

Ресурсна концепція базується на точці зору, що джерелом конкурентної

переваги підприємства є виняткове поєднання її ресурсів, як матеріальних, так і нематеріальних, а також управління ними. Отже джерелом конкурентних переваг є унікальне поєднання оригінальних і особливих видів ресурсів, що складно копіювати [1].

У науковій літературі виділяються різні думки щодо джерел створення конкурентних переваг підприємства.

Так, Ж. Ламбен визначає три групи джерел формування конкурентних переваг підприємства: якість продукції, витрати виробництва, ключові компетенції [2].

У роботі [3] джерелами виникнення відмінних можливостей підприємства можуть бути наступні фактори: структура як унікальна мережа внутрішніх і зовнішніх зв'язків організації, що забезпечує їй високоефективну діяльність; репутація, в основі якої лежить кілька джерел, включаючи якість продукту, його характеристики, дизайн, обслуговування тощо; інновації, тобто здатність компанії випереджати суперників і утримувати лідерство залежить від її досягнень в сфері наукових досліджень, проектування, нових розробок і маркетингової політики; стратегічні активи – такі резерви, як природна монополія, патенти і авторські права, що обмежують конкуренцію, також сприяють придбанню конкурентної переваги.

До найбільш типових джерел створення конкурентних переваг можна віднести: нові технології; зміни структури і вартості окремих елементів у технологічному ланцюжку виробництва і реалізації товару; нові запити споживачів; поява нового сегмента ринку; зміни правил гри на ринку [4]. В якості особливого джерела вчені виділяють інформацію про власний бізнес, а також професійні навички, що дають можливість отримати і обробити таку інформацію таким чином, що результатом стає конкретна конкурентна перевага.

Висновок. Кожна конкурентна перевага має свій ресурс, тому ринкові позиції компанії визначаються кількістю конкурентних переваг, їх значимістю і тривалістю життєвого циклу конкурентної переваги. Чим більша кількість унікальних, важкодоступних для відтворення конкурентних переваг і чим довша тривалість їх життєвого циклу, тим міцніші стратегічні позиції компанії.

Література

1. Селезньова Г.О. Конкурентні переваги підприємства: джерела та чинники формування. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 2017. Вип. 15. С. 311-316. URL: <http://global-national.in.ua/issue-15-2017/23-vipusk-15-lyutij-2017-r/2782-seleznova-g-o-konkurentni-perevagi-pidpriemstva-dzherela-ta-chinniki-formuvannya> (дата звернення 05.11.2020)
2. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок / пер. с англ. В.Б. Колчанова. Санкт-Петербург, Питер, 2007. 800 с.
3. Кэмпбелл Д., Стоунхаус Дж., Хьюстон Б. Стратегический менеджмент / пер. с англ. Н.И. Алмазовой. Москва : ООО «Издательство «Проспект», 2003. 336 с.
4. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління підприємством: навч. посіб. 2-ге вид., виправл. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 400 с.

УДК 311.1.42

Писаревський С.В.,
викладач кафедри технічного та тилового забезпечення
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Професійно-особистісна підготовка лідерських якостей майбутніх офіцерів

Лідерство являє собою процес організації та керування малою соціальною групою, який сприяє досягненню спільної групової мети в мінімальні терміни з максимальним ефектом, детермінований пануючими в суспільстві соціальними відносинами [1].

Проблема лідерства у військовому колективі завжди мала високу актуальність. Науковці, які займалися її вивченням, вказують, що офіцер є формальним лідером, але цього недостатньо для керівництва підлеглими в екстремальній обстановці. Складна ситуація висуває додаткові вимоги до професійних особистісних якостей офіцера. Наразі, держава потребує висококваліфікованих офіцерів, які вміло управляють підрозділами, являються лідерами своїх колективів і відрізняються високим рівнем професійно-особистісної підготовки. Завданням вищого військового навчального закладу є не тільки формування всебічно розвиненої особистості, але й підготовка його до творчої управлінської праці, що забезпечить лідерське становище у військовому колективі. Однак ні викладачі, ні командири та навіть керівні документи не мають розуміння того, які лідерські якості слід формувати у курсантів. Звичайно, що специфіка військової діяльності зумовлює необхідність цілеспрямованого формування лідерських якостей, починаючи ще із періоду їх підготовки у ВЗВО. Тому, у процесі військово-професійного відбору курсантів слід обов'язково враховувати наявність особистісних властивостей, які є передумовою формування подібних якостей [2].

Лідерські якості майбутніх офіцерів являють собою професійно важливі властивості. Вони передбачають наявність у курсантів специфічних знань, спеціальних умінь і навичок та визначаються характером і спрямованістю діяльності курсантів, особливостями курсантських колективів та навчально-виховного процесу.

Психологічна структура лідерських якостей майбутнього офіцера зумовлена не тільки особливостями та вимогами військової діяльності але й особистісними якостями. Враховуючи це, лідер має володіти такими якостями:

- ініціативність;
- надійність;
- стресостійкість;
- відповідальність;
- оптимістичність;
- комунікабельність;
- самовпевненість;

- переконливість;
- дипломатичність;
- емпатійність;
- гнучкість;
- цілеспрямованість;
- наполегливість;
- рішучість;
- самовладання;
- жага до самовдосконалення;
- креативність;
- здатність до прогнозування;
- критичність.

Слід також зазначити, що до загальної структури лідерських якостей майбутнього офіцера має ввійти ще й професійний компонент, який не було включено до визначеної психологічної структури, оскільки його зміст виходить за межі можливостей діагностування та розвитку психологічними засобами [3].

Таким чином, виходячи із вищевикладеного, безсумнівно те, що специфічні особливості військової діяльності, зумовлюють необхідність цілеспрямованого формування у майбутніх офіцерів лідерських якостей, починаючи ще із періоду їх підготовки у ВЗВО. Безсумнівним є і те, що у процесі професійного психологічного відбору кандидатів на навчання слід обов'язково враховувати необхідність наявності особистісних властивостей, які є передумовою формування подібних якостей.

Література

1. Кузнецов В. С. Лідерство військовослужбовця / В. С. Кузнецов // Менеджмент в Україні та за рубежом. – 2012. – № 2. – С. 34–40.
2. Портер М. Менеджмент/ М. Портер, Е. Майкл, пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський – К.: Основи. - 2016. – 390с.
3. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент та взаємовідносини. Європейська перспектива \ Ж.Ж. Ламбен - Львів. – 2017. – 457с.

Потрашкова Л. В.,

кандидат економічних наук,
доцент кафедри комп'ютерних систем та технологій,

Крамаренко А.В.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія»
кафедри комп'ютерних систем та технологій

Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

Чутливість до економічного середовища країни як один із важливих аспектів конкурентоспроможності на прикладі настільних ігор

Створюючи підприємство, яке потенційно може скласти конкуренцію іншим, слід звернути увагу на цільову аудиторію: чи це компанія друзів, чи сім'ї в

яких батьки не хочуть, щоб діти псували очі сидючи за комп'ютером. Також, не мале значення має економічна ситуація. Адже, в залежності від ситуацій, що складаються, від тем, які набувають високої популярності, збільшується попит на ті чи інші товари. Цим можна скористатися та отримати конкурентну перевагу над іншими підприємствами.

Конкурентна перевага підприємства – це результат більш ефективного за конкурентів управління процесами формування і розвитку таких якісних та кількісних властивостей продукту, які є важливими для покупця. Процеси формування і розвитку конкурентних переваг продукту реалізуються функціональними сферами діяльності підприємства: виробничою, фінансово-інвестиційною, маркетинговою, науково-дослідницьких розробок та інноваційною.

В умовах карантину як ніколи стали актуальними настільні ігри. Оскільки, люди не мають великої змоги займатися активним відпочинком, то вони обирають більш спокійні варіанти: онлайн-ігри або настільні. За даними, з початку карантину обсяги покупок настільних ігор виросли більше, ніж на 70%.

Варіант підвищення своєї конкурентоспроможності через кооперацію та співпрацю зі школами чи університетами, оскільки навчання відбувається дистанційно. Це буде зручним варіантом зацікавлення та заохочення до навчання учнів та студентів.

Для того, щоб ті або інші характеристики підприємства можна було розглядати як конкурентні переваги, вони повинні відповідати певним критеріям:

- по-перше, ці характеристики мають бути значущими з точки зору умов конкуренції в галузі і вимог ринку, тобто повинні відповідати ключовим факторам успіху. Наприклад, така характеристика, як розташування в центрі міста, може бути суттєвою конкурентною перевагою для підприємства, що створює настільні ігри;

- по-друге, вони мають бути стійкими за умов динамічного ринкового середовища і неприступними для легкого відтворення конкурентами;

- по-третє, ці характеристики повинні бути наочними для споживачів. Тобто підприємство має використовувати їх при розробці своєї маркетингової і, зокрема, рекламної стратегій.

Конкурентні переваги в кожній сфері діяльності підприємства можуть визначатися низкою показників, які характеризують виробництво і його технічний рівень, сервісне обслуговування і збутову діяльність, науково-дослідні розробки та інноваційну діяльність, а також фінансово-інвестиційну діяльність.

Для покращення своєї конкурентоспроможності компаніям, які займаються виготовленням настільних ігор, слід звернути свою увагу на такі характеристики як:

- кількість гравців
- доступна ціна
- орієнтація на упізнаність
- нові формати ігор або нові тематики.

Говорячи про кількість гравців, найбільш актуальними зараз будуть ігри

розраховані на кількість гравців від одного до трьох. Тут можна оновити такі класичні ігри як морський бій, кубик Рубика.

Звернути увагу слід на вартість ігор, так як це не першочергова за важливістю покупка, то люди не готові витратити на ігри великі суми.

Чудовим прикладом нового формату ігор є компанія Jackbox, яка випускає ігри як у форматі карткових ігор, так і дублює їх у варіанті онлайн-ігор, де вам потрібен лише смартфон. Це найкращий варіант розвитку в умовах карантину, коли люди не мають змоги збиратися великими компаніями.

Людям властиво зберігати цікавість навіть перед лицем страшних випробувань. Так, сплеск коронавірусу в Китаї безпосередньо вплинув на популярність Plague Inc., в якій геймер повинен зайнятися розповсюдженням смертоносних хвороб.

Гра в жанрі симулятор була випущена в 2012 році. Відтоді її завантажили понад 120 мільйонів разів, але саме зараз гра переживає нову хвилю популярності. Британська компанія Ndemic Creations, що стоїть за створенням PlagueInc., заявила про те, що отримує величезну кількість повідомлень з питаннями про спалах коронавірусу, зафіксованої в Китаї. Якщо ж вірити статистиці AppMagic, зростання щоденних доходів PlagueInc склало 275%, збільшившись з 16 тисяч до 60 тисяч доларів.

Усе це показує значущість розуміння навколишніх ситуацій та важливість уміння швидко реагувати та підлаштовуватися під сучасне становище, при цьому отримуючи з них максимальну кількість переваг.

Література:

1. Гра Plagueinc: через коронавірус гра стала неймовірно популярною [Електронний ресурс]. URL: https://techno.24tv.ua/koronavirusarnosti_plague_inc.
2. 10 Вспышек видеоигр, которые на самом деле ужасают [Електронний ресурс]. URL: <https://gamerant.com/video-game-outbreaks>.

Потрашкова Л. В.,

кандидат економічних наук,
доцент кафедри комп'ютерних систем та технологій,

Кривомлинова Е.О.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності "Видавництво та поліграфія"

Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

Визначення контенту та його подання у мобільному додатку до гри «Історія мультимедіа»

З кожним роком сучасні технології розвиваються, розробка мобільних додатків також не стоїть на місці. Їх реалізація сприяє покращенню

комунікативності, якості спілкування, вирішення різноманітних складних завдань. Хорошим професіоналам це приносить досить високий прибуток.

Додаток до гри «Історія мультимедіа» допоможе розширити знання по темі розвитку мультимедіа від наскальних малюків до створення 3д анімацій.

Для того, щоб розробка була цікавою та актуальною, слід значну увагу приділити вибору контенту та його подачі.

Визначення контенту.

1. Визначення множини подій з історії мультимедіа, які мають бути висвітлені у додатку

Ця множина визначається, виходячи з:

- 1) множини подій, які згадуються у грі «ІМ»;
- 2) додаткової множини подій, які визначаються за результатами анкетування студентів.

Для проведення анкетування було створено Google форму з питаннями типу: «Які події з історії мультимедіа з наведеного списку, є найбільш цікавими, на Ваш погляд?», «Чи цікаво Вам дізнатися про винаходи з історії мультимедіа?», «Цікавились ви раніше цією темою?», «Чи є для Вас актуальною для вивчення дана тема?», «Цікаво б було для Вас, ознайомитись з термінологією по даній темі?».

Анкетування було проведене для студентів 1-4 курсів, у якому узяло участь понад 40 осіб. Після обробки відповіді студентів, було виявлено які саме теми краще помістити до мобільного додатку. Виявилось, що студентів цікавить історія розвитку та хронологія винаходів з історії мультимедіа. Також після опитування, було прийнято рішення додати до розділів меню глосарій по темі.

2. Визначення засобів подання інформації.

Кожна людина по різному засвоює ту чи іншу інформацію. Для того, щоб користувачу було цікаво пізнавати інформацію з історії мультимедіа, було прийнято рішення метою анкетування дізнатися, як саме краще подати інформацію.

Дане анкетування створене за допомогою безкоштовного сервісу Simpoll. Simpoll – безкоштовна версія, в рамках дії якої можна створювати необмежену кількість опитувань з 10 питаннями в анкеті. Максимальна кількість респондентів — 100 осіб. Інтеграція з сервісами проводиться по API. Питання які є у анкеті:

- 1) «Чи легко вам дається вивчення текстової інформації?»;
- 2) «Як Ви гадаєте, необхідно додати відеоматеріали до довідника?»;
- 3) «Ви хочете бачити галерею у додатку серед тексту чи окремим пунктом меню?»;
- 4) «Ви б хотіли бачити повну інформацію по темам, чи короткий опис з можливістю перейти на більш детальну інформацію за посиланням?»;
- 5) «Як на вашу думку краще подати відповіді до гри?»;
- 6) «Хронологію винаходів краще зробити одним пунктом, чи розбити на підпункти?»;
- 7) «Якщо буде сторінка де багато тексту, слід додати до неї графічну інформацію чи краще залишити акцент на одному тексті?»;

8) «Якщо додати до тексту анімацію, це буде відволікати від засвоєння текстової інформації?»;

9) «Додати до мобільного додатку фонову музику?»;

10) «Чи цікаво Вам буде ознайомитись з відеоматеріалом походючи до мережі інтернету за посиланням?».

Анкетування було проведено для студентів 1-4 курсів, я якому узяло участь понад 50 чоловік. Після опрацювання відповідей, було прийнято рішення як саме подати інформацію у довіднику:

1) Зробити окремо галерею з коротким описом під фото;

2) Додати до текстового матеріалу графічний;

3) Подати деякі теми лише текстом, без супроводу графічного матеріалу. Майже 40% студентів сказали, що часто графічна інформація заважає їм зосередитись на текстовій;

4) Не слід додавати музичний супровід на сторінки з текстовою інформацією;

5) Відповіді на питання до гри зробити окремим пунктом меню і по можливості відкривати кожну відповідь окремо;

6) Відеоінформацію додати до додатку у вигляді посилання на інтернет ресурси;

7) Помістити основну інформацію до додатку а іншу подати у вигляді посилання на інтернет ресурси.

Література

1. А.Л. Алевский «Методи створення анкет та опитувань», Науково – популярний журнал «Наука та Життя» №5, с. 18 – 24, 2016.

2. Новизна в етапах розробки онлайн - опитування [Електронний ресурс] / Записки дизайнера. — Електрон. дані. — Режим доступу :<http://cputos.org.ua/pobachyty-jih> (13.04.2019) . — Назва з екрану.

Пушкар О. І.,

доктор економічних наук,
професор кафедри комп'ютерних систем та технологій,

Горєлова М. Д.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
кафедри комп'ютерних систем та технологій

Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

Реклама як метод підвищення конкурентоспроможності підприємства

У науковій і практичній діяльності існує більше сотні трактувань щодо реклами, це обумовлює відсутність єдиного визначення цього поняття. Відповідно до цього, розгляд реклами як необхідного фактора підвищення

конкурентоспроможності підприємства є досить актуальним. Характер реклами відображає рівень розвитку суспільства, економічних, політичних і соціальних відносин.

Метою дослідження є розгляд реклами як необхідного фактора підвищення конкурентоспроможності підприємств в транзитивних економічних умовах.

Слід зазначити, що у вітчизняній літературі та в роботах зарубіжних авторів питання теоретичного осмислення рекламних комунікацій представлені досить широко. Даним питанням приділяється значна увага в роботах К. Бове, У. Аренса, Дж. Бернета, С. Моріарті, Ф. Котлера та ін. [1]. У свою чергу питання конкуренції та конкурентоспроможності широко розглянуті в працях Е.А. Горбашко, С.А. Красильникова, А.Н. Романової та ін. [2].

У сучасних умовах конкуренції реклама може стати як інструментом розвитку та зміцнення конкурентоспроможності підприємств, за умови, якщо вона є ефективною, так і, навпаки, стати запорукою ослаблення конкурентоспроможності, якщо реклами буде мало або вона буде неефективною.

Низка практиків хибно вважають, що механізм створення ефективної реклами простий і доступний. Так, К. Букша - автор статті "6000% недефективні рекламні кампанії" - вважає, що секрет недефективних кампаній простий - для різкого та швидкого підйому бренд має володіти влучно віднайденою точкою сили. В одному випадку такою точкою буде назва; в іншому - візуальні елементи; в третьому - вдале позиціонування. Якщо така точка сили є, цільова аудиторія знаходить її дуже швидко [3].

Є низка таких рекомендацій: ретельно добирати носіїв реклами; наголошувати на найвигідніших позиціях підприємства, що дають найбільший дохід; усувати неоднозначну рекламу; уважно ставитись до опитувань клієнтів; продовжувати рекламу навіть якщо компанію вже знають мільйони; зацентрувати увагу споживача на ціні та вигоді; використовувати інтернет-носії; уважно ставитись до створення рекламних текстів і повідомлень; використовувати ресурс новин компанії; застосовувати внутрішні можливості для просування; збирати рекомендації від задоволених клієнтів [4]. Втім, не всі рекомендації можуть бути застосовані й ефективні відносно напрямків просування товарів і послуг. Незважаючи на те, що реклама стала частиною життя кожного, до сих пір основні вітчизняні публікації зосереджені на основі західних розробок. Більше того: значна кількість перекладених статей і книг свідчить про те, що в Україні відсутній системний підхід у дослідженнях рекламних повідомлень. Це, безумовно, ускладнює процес не тільки оцінки ефективності рекламної комунікації, а й сам вибір рекламного підходу, що необхідний для тієї чи іншої цільової аудиторії.

Отже, можна сказати, що рекламна комунікація на сьогоднішній день є актуальною, втім до сих пір погано вивченою, з наукової точки зору, темою. Зокрема, через перебування в умовах кризи, оскільки не до опрацьованість запропонованих рекламних підходів негативно сприймається замовниками, що часто призводить до скорочення рекламних бюджетів. Проте, слід пам'ятати, що навіть в умовах кризи реклама як і раніше є одним з найважливіших факторів

підвищення конкурентоспроможності. Грамотний перерозподіл рекламних бюджетів, а також використання нестандартних методів рекламного впливу - одні з першочергових механізмів, які слід використовувати в несприятливих економічних умовах. Для розвитку підприємств реклама має бути ключовим інструментом у підвищенні їх конкурентоспроможності, але користуватися цим інструментом треба вкрай обережно, без сліпого копіювання іноземних практик, з використанням сучасних підходів, побудованих на індивідуальному плані розвитку для кожної окремої компанії.

Література

1. Див., напр.: Бернет Дж., Моріарті С. Маркетингові комунікації. інтегрований підхід. СПб.: Пітер, 2001. 864 с .
2. Маркетинг: Підручник / О.М. Романов, Ю. Ю. Коряюгов, С.А. Красильников і ін. / Под ред. А.Н. Романова. М.: Банки і біржі, ЮНИТИ, 1996. 560 с.
3. Букша К. 6000% над ефективні рекламні кампанії // Рекламні ідеї. 2010. № 1. С. 74-81.
4. Гур'янова О.В. Бути чи не бути рекламі в період кризи? // Реклама. Теорія та практика. 2009. № 3. С. 154-157.

Пушкар О. І.,

доктор економічних наук,

професор кафедри комп'ютерних систем та технологій,

Коробенко Р. С.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

кафедри комп'ютерних систем та технологій

Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

Антикризове управління медіа-підприємством

Метою дослідження є з'ясування причин кризового становища у медіа-підприємствах. Використані методи: факторний, порівняльний та аналітичний.

Так, одним з кризових внутрішніх чинників для будь-яких господарюючих суб'єктів є нераціональне використання ресурсів. Під ресурсом у контексті даного дослідження розуміємо бюджетний ресурс, тобто кошти, з яких формується бюджет компанії. Наслідками ігнорування антикризового управління може те, що бути підприємство опиняється на межі банкрутства[4].

Розглянемо ситуацію взявши за зразок вітчизняне медіа-підприємство. Так, у липні 2017-го року членам правління Національної суспільної телерадіокомпанії України вплатили премії за результатами роботи у другому кварталі у розмірі 1,5 місячного посадового окладу (86 400 грн.)[3]. Голові правління тоді встановили премію у розмірі 115 200 гривень[3], а вже через кілька місяців у грудні, Верховна

Рада суттєво скоротила фінансування Національної суспільної телерадіокомпанії України. Тоді той самий голова правління, який кілька місяців тому отримав премію понад 100 тисяч гривень на своїй сторінці у Facebook зробив висновок, що на виділені гроші «вижити ніяк»[7].

За інформацією члена наглядової ради НСТУ В'ячеслава Козака є ще один досить показовий приклад, як в умовах економії «ефективно» витрачаються кошти. Так, виконавчий директор телерадіокомпанії О.Лієв за неповних три місяці роботи у 2019 році отримав понад 400 тисяч гривень виплат (в цей період він ще встиг побувати у відпустці і двотижневому відрядженні до Японії). За словами Козака неефективне використання коштів без врахування пріоритетних завдань Суспільного і питань інформаційної безпеки держави було однією з причин, чому Козак неодноразово вимагав звільнення Аласанії[2].

Як можна оцінити виплати керуючому управлінню у розмірі 400 тисяч гривень у ситуації боргів компанії[5], а також заяв членів правління про недофінансування з боку уряду[6]? Враховуючи стан інфраструктури компанії[8], - хіба що як поганий зразок антикризового управління, або повна його відсутність.

Наслідки, цього полягають не просто у банкрутстві підприємства, через прояв некомпетентності топ-менеджменту Суспільного, а враховуючи суспільну та національну значущість компанії в умовах інформаційної війни з російською федерацією і бойових дій на сході - справжній удар по інформаційній безпеці України[2].

Отже, як не раціональному використанню ресурсів можуть запобігти правоохоронні органи? Враховуючи той факт, що обшуки які проводило Державне Бюро Розслідувань в офісі та помешканні голови правління НСТУ і в результаті яких не було відкрито жодного кримінального провадження[1], то правоохоронні органи також мають ознаки нераціонального використання, в даному випадку – людського ресурсу, залучаючи своїх співробітників до обшуків, які не мають юридичного результату. Можливо, окрім юридичного такі обшуки мають результат для самих правоохоронців, втім громадськості такі випадки стають відомі вже з джерел антикорупційних органів чи відповідних неурядових організацій.

Література

1. Аласанія прокоментував обшуки ДБР в його офісі та помешканні [Електронний ресурс]: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-alasaniya-obshuku-nstu/30138600.html>
2. Чому «мовчить» Українське радіо майже на 60% території України?[Електронний ресурс]: https://stv.detector.media/reformuvannya/radio/chomu_movchit_ukrainske_radio_mayzhe_na_60_teritorii_ukraini/
3. Правлінню суспільного мовлення виплатять премії у розмірі 1,5 місячного посадового окладу [Електронний ресурс]: https://stv.detector.media/kontent/movlennya/pravlinnyu_suspilnogo_movlennya_viplatyat_premii_u_rozmiri_15_misyachnogo_posadovogo_okladu/

4. Антикризисне управління підприємств в Україні [Електронний ресурс]: <http://conf.management.fmm.kpi.ua/proc/article/view/101153>
5. "Суспільне": Арешт рахунків блокує нас, "Євробачення" й Олімпіада під питанням [Електронний ресурс]: <https://www.pravda.com.ua/news/2020/02/28/7241965/>
6. Повного фінансування Суспільне не отримало, але воно «буде жити» — Аласанія [Електронний ресурс]: <https://hromadske.ua/posts/povного-finansuvannya-suspilne-ne-otrimalo-ale-vono-bude-zhiti-alasaniya>
7. Зураб Аласанія: З 776 млн, виділених Суспільному з бюджету 90% підуть на зарплати. Про який розвиток мова? [Електронний ресурс]: <https://glavcom.ua/interviews/gendirektor-suspilnogo-zurab-alasaniya-z-776-mln-vidilениh-z-byudzhetu-90-pidut-na-zarplati-pro-yakiy-rozvitok-mova-458326.html>
8. Як Зураб Аласанія реформує «Суспільне»? [Електронний ресурс]: <https://babel.ua/texts/40394-de-kachaye-bicepsi-obidaye-z-eks-ministrom-kulturi-i-p-ye-vechorami-zurab-alasaniya-odin-den-z-kerivnikom-suspilnogo>

УДК 336

Романчик Т.В.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та маркетингу
Національний технічний університет «ХПІ», Харків

Інвестування у корпоративну соціальну відповідальність: вплив на результативність бізнесу

В умовах глобалізації ринку посилюється вплив соціальної відповідальності бізнесу на конкурентоспроможність, фінансову стійкість і інвестиційну привабливість організацій. Основою успішного довгострокового функціонування організації на ринку є не тільки її прагнення до отримання максимального прибутку, а й участь у реалізації різних ініціатив, спрямованих на вирішення соціально-економічних та екологічних проблем, підвищення якості життя населення, його правову безпеку.

Ефективність впровадження принципів соціальної відповідальності бізнесу формується на основі системного підходу, з урахуванням інтересів трьох груп учасників - персоналу компанії, споживачів її продукції, а також громадських і державних структур [2]. Користь, що отримується суспільством і споживачами, не викликає сумніву. Дискусію серед керівників підприємств та теоретиків викликає питання ефективності витрат на забезпечення і розвиток соціальної відповідальності бізнесу для самого підприємства.

Це питання набуває все більшої актуальності як серед вітчизняних, так і серед зарубіжних підприємців. У періодичних і наукових виданнях за останні 10 років можна зустріти різні варіанти досліджень в цієї сфері. Зокрема, в цей період компанією Economist Intelligence Unit було проведено опитування серед

представників бізнес-структур щодо впливу корпоративної соціальної відповідальності на прибуток компанії.

На думку представників бізнесу, корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) позитивно впливає на показники прибутковості компаній. Згідно дослідження Economist Intelligence Unit, розвиток практики впровадження КСВ призводить до збільшення виручки в середньому на 16% і до збільшення прибутку на 16% [2]. Однак, успіх компаній на ринку визначається сьогодні не тільки показниками рентабельності. В сучасних умовах результативність бізнесу багато в чому залежить від іміджу організації, лояльності клієнтів, взаємовідносин з контрагентами.

Корпоративну соціальну відповідальність можна розглядати, як інструмент зміцнення ринкової позиції підприємства. Недотримання мінімального обов'язкового рівня вимог тягне за собою втрату іміджу підприємства, зниження його ринкового рейтингу. Навпаки, підвищення рівня соціальної відповідальності понад обов'язкову складову можна розглядати як інвестиційний ресурс. Ефект від проведення заходів далеко не завжди можливо відстежити відразу. Іноді вони окупаються протягом кілька років. Це дозволяє розглядати витрати на КСВ як один з видів інвестиційних витрат. При цьому ефективність КСВ слід розглядати у двох аспектах: економічному і психологічному. Психологічний вплив потенційно має сприяти залученню уваги споживачів до компанії і розвитку їх лояльності. А тому психологічний ефект сприяє зростанню економічного ефекту.

Таким чином, витрати на КСВ є одним з чинників поліпшення позицій бізнес-структур на ринку за рахунок підвищення довіри до них з боку споживачів, ділових партнерів, держави, поліпшення репутації, зміцнення бренду організації. Впровадження КСВ, на думку 32% представників бізнесу в світі, є однією з основних умов зміцнення конкурентних позицій підприємства на світовому ринку. Такої думки дотримуються 36% підприємців з країн з високими темпами розвитку. 31% вітчизняних підприємців вважають впровадження політики соціально відповідального бізнесу необхідною умовою конкуренції в глобальному масштабі [2]. Аналіз світових тенденцій свідчить, що понад 60% компаній у розвитку соціальної відповідальності бізнесу бачать можливість зміцнення корпоративного іміджу.

Складність оцінки впливу КСВ на результативність бізнесу полягає в неможливості виділення повного переліку чинників впливу, системи показників, що формують цінність компанії на ринку, виділення прямого економічного ефекту. Тому представники бізнесу частіше інтуїтивно розуміють важливість фінансування соціальних ініціатив. Непрямим підтвердженням позитивного впливу КСВ на результативність бізнесу автор [2] вказує той факт, що найбільші світові корпорації є лідерами в сфері КСВ. Р. Роббінс зазначає, що «майже жодна велика публічна компанія сьогодні не хотіла б, щоб її вважали не залученою в КСВ». Це ясне визнання того, наскільки важливою може бути КСВ для їх прибутку, незалежно від того, наскільки складно визначити КСВ і зв'язати її з прибутком [1].

Література

1. Robins R. Does Corporate Social Responsibility Increase Profits? // Business Ethics: The Magazine of Corporate Responsibility / R. Robins/ – URL: <http://business-ethics.com/2015/05/05/does-corporatesocial-responsibility-increase-profits/>.

2. Stokov M.A., Rudakova O.V. Business social responsibility as its competitive advantage. Central Russian Journal of Social Sciences. volum 12. issue 3. 2017. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-otvetstvennost-biznesa-kak-ego-konkurentnoe-preimuschestvo/viewer>

УДК 331.108.26:330.322.5

Сахненко О. І.,

старший викладач кафедри менеджменту та військового господарства
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Управління персоналом як необхідна складова ефективної діяльності підприємства

Усе більше управління персоналом визнається як одна з найбільш важливих сфер життєдіяльності організації, здатної підвищити її ефективність і продуктивність функціонування. Розвиток та ефективне використання потенціалу людини стає головним критерієм досягнення успіху, а інвестування у людину – стратегічним напрямом діяльності як окремого суб'єкта господарювання, так і суспільства загалом.

Теоретичні аспекти актуальних проблем управління людським потенціалом знайшли відображення у працях таких вчених, як: В. І. Верхоглядова, Ю. І. Воплюшкіна, О. В. Захарова, Н. А. Іваннікова, С. Б. Ільївна, О. В. Лавріченко, О. Ю. Мацькевич та інші. Проте концептуальні підходи до управління людським потенціалом як системи вимагають подальшого дослідження.

Розвиток людського потенціалу організації розглядається як формування людських здібностей і реалізація придбаних здібностей в продуктивних цілях організації. Формування людських здібностей полягає в зміцненні здоров'я, придбанні знань, вдосконаленні професійних навиків [1].

Процес розвитку людського потенціалу передбачає вирішення певних задач, які ставить перед собою організація. Серед яких:

- чітке виконання місії організації і формування корпоративної культури;
- відповідність кваліфікованого і працездатного кадрового складу потребам організації;
- забезпечення ефективної роботи служби управління персоналом з чітким розподілом функціональних обов'язків;
- формування дієвої системи відбору та атестації робітників організації;
- забезпечення соціальної захищеності членів трудового колективу;
- виявлення оптимальної пропорції між керівним і виконавчим складом кадрів;

- забезпечення співвідношення структур виробничого і людського потенціалів;
- формування сприятливого соціально-психологічного клімату;
- вдосконалення системи мотивації та стимулювання працівників;
- доцільність витрат, спрямованих на управління кадровим складом організації (коли очікування виправдовуються);
- обґрунтовані фінансові витрати, безпосередньо пов'язані з навчанням, перепідготовкою та підвищенням кваліфікації людських ресурсів організації.

При цьому, процес навчання працівників пов'язаний з розвитком їх інтелекту, а підготовка і підвищення кваліфікації – з вдосконаленням теоретичних знань і практичних навиків з метою підвищення професіоналізму у трудовому процесі, враховуючи зміни рівня техніки, технологій, організації праці тощо [2].

Сьогодні більшість сучасних організацій застосовують систему професійного розвитку персоналу, яка спрямована на приведення рівня кваліфікації працівників у відповідність до вимог виробництва, оптимальне задоволення особистих інтересів працівників, пов'язаних із самореалізацією, підвищення ефективності їх праці, забезпечення на цій основі конкурентоспроможності товарів (робіт, послуг).

Таким чином, для ефективного і раціонального розвитку людського потенціалу організації пропонується:

- розвивати і впроваджувати програми та заходи з управління людськими ресурсами;
- розробити проекти нормативно-правових актів і внести доповнення та зміни в документи щодо регулювання соціально-трудова відносин в колективі, які будуть враховувати особливості зазначених вище програм і заходів;
- переглянути кваліфікаційні характеристики з урахуванням автоматизації технологічних процесів і рівня професійних компетентностей, які пред'являють до працівників;
- у випадку необхідності переглянути нормативи часу працівників на виконання окремих видів операцій з урахуванням витрат на їх особисті потреби в процесі праці;
- співпраця з навчальними закладами, центрами підвищення кваліфікації.

Проблему інвестиційного відтворення людського капіталу підприємства необхідно розглядати у таких аспектах:

1) з точки зору стратегічного управління знаннями та людськими ресурсами підприємства, націленого на формування персоналу з високим інтелектуальним і творчим потенціалом, на створення організаційної культури, що заохочує безперервний розвиток та навчання;

2) з точки зору інвестиційного менеджменту, який дає можливість включити проекти з розвитку людського капіталу в існуючі фінансові та інші обмеження;

3) з позиції процесного підходу до формування і розвитку людських ресурсів, який забезпечить отримання бажаного результату від вкладень у персонал на основі унікальної, характерної для даного підприємства системи управлінських процесів [3, с. 169].

Таким чином, інвестиції у людський капітал є важливою передумовою його цілеспрямованого формування. Адже набутий людський капітал – це не лише вкладання коштів, а й активніша діяльність самої людини, навчального закладу, підприємства, держави. Досвід високорозвинених країн світу доводить, що інвестування у розвиток людини навіть незначної суми дозволяє отримати значно більшу економічну віддачу у довгостроковій перспективі, ніж значні вкладення коштів у технічний розвиток підприємства.

Література

1. Воплюшкина Ю. И. Управление развитием человеческого потенциала организации / Ю. И. Воплюшкина, О. А. Савельева // Менеджер. Вестник Донецкой академии управления и государственной службы. Научный журнал. – Донецк, ДонАУиГС – 2016. – № 4. – С. 221-227.
2. Верхоглядова В. І. Управління розвитком людських ресурсів : монографія / В. І. Верхоглядова, С. Б. Ільвіна, Н. А. Іваннікова, О. В. Лавріченко. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2008. – 317 с.
3. Мацькевич О. Ю. Інвестиційне відтворення людського капіталу в системі менеджменту підприємства як інструмент соціально-економічного розвитку / О. Ю. Мацькевич // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – 2013. – № 4 [42]. – С. 165–170.

УДК 338.48-6:615.8

Сахненко О.І.,

старший викладач кафедри менеджменту та військового господарства,

Дячук Д.О.,

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Стимулювання праці робітників – умова ефективної діяльності закладу ресторанного господарства

В умовах сучасного господарювання необхідною передумовою успішної реалізації концепції конкурентоспроможності підприємства є ефективний, відповідно сформований персонал. Саме трудовий потенціал працівників дозволяє отримати значне зростання продуктивності та ефективності праці, сприяючи зростанню прибутків підприємства. Основним чинником активізації персоналу, підвищення його внеску у діяльність підприємства є мотивація.

Формування засобів ефективного впливу на поведінку працівників, їх трудову активність, креативність є суттєвим в діяльності підприємств різних галузей, зокрема харчової.

Проблемою ефективної мотивації персоналу на підприємстві займалися вітчизняні та зарубіжні вчені. Серед них: Н. Верхоглядова, Н. Іваннікова, А.

Івануса, О. Тімченко, О. Ткаченко, С. Ткачова, О. Ольшанський, Д. Ядранський, Ф. Герцберг, Д. Мак-Грегор, А. Маслоу та ін. Враховуючи швидкий розвиток технологічної та інноваційної діяльності та зміни світогляду працівників, питання мотивації персоналу потребує подальшого дослідження.

Доведено, що основною рушійною силою розвитку підприємств сьогодні є персонал, а інструментом активізації трудової діяльності людських ресурсів є система мотивації. Як свідчать результати досліджень, раціональна система мотивації персоналу забезпечує підвищення ефективності трудової діяльності на 40%.

Під системою мотивації розуміють комплекс заходів, що спонукають персонал підприємства до ефективної праці для досягнення мети підприємства [1]. Застосування щодо працівника стимулів, з метою активізації його зусиль, підвищення старанності, наполегливості, добросовісності у вирішенні завдань, що стоять перед підприємством, називається стимулюванням. Розрізняють три види стимулювання: моральне, соціальне і матеріальне [2].

Моральне стимулювання виражається у виникненні в працівника почуття внутрішнього задоволення від результатів своєї роботи. Моральна винагорода спрямована виключно на задоволення потреб працівника (згідно з теорією А. Маслоу) й може виражатись у формі публічної подяки з боку керівництва, подання до відзначення державними нагородами тощо. Громадське визнання сприяє підвищенню престижу (подяка, грамота, дошка пошани, присвоєння почесних звань, нагородження орденами чи медалями тощо).

Соціальне стимулювання – різновид стимулювання, яке виражається у зміні соціального (як адміністративного, так і загального) статусу працівника. Адміністративний соціальний статус – це становище працівника в організаційній структурі (соціальній ніші суспільства). Винагородою в цьому разі виступає не лише вертикальне переміщення працівника на вищу посаду, але й горизонтальне переміщення на посаду того ж ієрархічного рівня, що більшою мірою задовольняє вторинні потреби працівника (робота більш творчого характеру, з меншим контролем тощо).

Загальний соціальний статус – це становище працівника у суспільстві. Спектр винагороди такого роду є досить широким: від висунення працівника до обрання в органи державної влади (якщо інтереси підприємства співпадають з інтересами працівника) до надання працівникові персонального автомобілю чи комфортного житла на період його роботи на підприємстві. Рішення такого плану повинні прийматись з урахуванням інтересів і психологічних особливостей працівника, й бути цілком спрямовані на задоволення його вторинних потреб.

Однією з найважливіших форм мотивації праці на підприємствах ресторанного бізнесу є матеріальне стимулювання. Система матеріальних стимулів праці ґрунтується на різноманітних спонукальних мотивах, які доповнюють один одного й підпорядковані меті щодо створення матеріальної зацікавленості у здійсненні трудової діяльності.

Структура та якість робочої сили підприємств ресторанного господарства, зміст праці, резерви щодо зростання ефективності праці за рахунок фізичних

можливостей працівників потребують нетрадиційних підходів до застосування принципів матеріального стимулювання. Найефективнішими принципами матеріального стимулювання в даний період є: зростання заробітної плати залежно від підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності підприємств; диференціація заробітної плати залежно від певної групи працівників, умов праці та трудових досягнень; можливість підвищення заробітної плати за виконання особливих видів робіт, тобто найбільш відповідальних, важливих і потрібних у процесі надання послуг; перспектива зростання заробітної плати на кожному робочому місці; матеріальні стягнення; забезпечення випереджаючих темпів зростання продуктивності праці порівняно з темпами підвищення заробітної плати; оптимальне поєднання централізації та самостійності окремих структурних підрозділів підприємства щодо матеріального стимулювання праці [3].

Однією з основних цілей матеріального стимулювання праці є забезпечення оптимального співвідношення заробітної плати працівників з обсягом і якістю виконаної роботи. Вирішення даного завдання передбачає виділення груп працівників підприємства за рівнями оплати праці. Для цього спочатку визначається базова група, трудові процеси якої найбільшою мірою забезпечують виконання основних поточних та перспективних завдань, а потім – склад решти груп працівників. Співвідношення середньої заробітної плати даної групи працівників і базової визначає рівень стимулювання.

Для підприємств ресторанного господарства заробітна плата – це найвитратніша стаття, пов'язана з виробництвом, яка включається до собівартості послуг і продукції й водночас є головним чинником забезпечення матеріальної зацікавленості працівників у досягненні високих кінцевих результатів праці, тому завданням менеджменту є визначення оптимального рівня збалансованості, який би відповідав сучасним умовам господарювання.

Література

1. Верхоглядова Н. І. Економіка підприємства : навч. посіб. / Н. І. Верхоглядова, Д. М. Ядранський, Н. А. Іваннікова. – К. : Професіонал, 2008. – 384 с.
2. Ткаченко О. П. Система мотивації праці на підприємствах ресторанного бізнесу з позиції персоналу / О. П. Ткаченко, С. С. Ткачова, О. Д. Тімченко, О. В. Ольшанський // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2015. – Вип. 2. – С. 213–226.
3. Івануса А. В. Особливості формування ефективної системи мотивації персоналу підприємств ресторанного бізнесу / А. В. Івануса // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.10. – С. 380–383.

УДК 339.138:528.9

Сахно І.В.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та військового господарства,

Альошина О.І.,

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Методичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства

Управління маркетинговою діяльністю підприємства ресторанного господарства – процес підготовки, ухвалення та виконання управлінських рішень у системі маркетингової діяльності, що сприяє досягненню поставлених цілей підприємства і всебічного задоволення потреб споживачів [1, с. 82]. Відповідно до вказаного визначення ефективність управління маркетинговою діяльністю підприємства ресторанного господарства буде показувати ступінь досягнення поставлених перед маркетинговою службою і підприємством в цілому цілей і ступінь задоволення потреб споживачів.

Ефективність маркетингової діяльності у загальному розумінні, визначається забезпеченням виробничого процесу за всіма видами ресурсів, зниженням витрат на маркетинг і нарощенням обсягів реалізованої продукції, товарів, робіт, послуг [2, с. 289].

Однак погляди науковців щодо оцінки ефективності маркетингової діяльності суттєво різняться один від одного. Відмінним є не тільки набір показників, а й підходи до оцінки ефективності маркетингу та критерії такої оцінки.

Серед сукупності методів оцінки ефективності маркетингу найдоцільнішими є [3, с. 19]:

- якісні методи, які передбачають використання маркетингового аудиту (здійснення аналізу цілей, стратегій та результатів діяльності підприємства для виявлення проблем, покращення маркетингової діяльності та розробки ефективного маркетингового плану);

- кількісні методи, які характеризують фінансові результати діяльності підприємства;

- соціологічні методи оцінки ефективності маркетингу (проведення маркетингових досліджень; опитування керівників, спеціалістів з планування та маркетингу щодо стану системи маркетингової діяльності на підприємстві; оцінка маркетингових комунікацій; аналіз стимулювання збуту та персонального продажу);

- інформаційні методи, що передбачають використання спеціальних комп'ютерних програм, а також різних інструментів стратегічного аналізу, таких як GAP-аналіз, SWOT-аналіз, STEP-аналіз, метод «4P» та інші.

Ми вважаємо, що всю сукупність показників оцінки ефективності

управління маркетинговою діяльністю підприємства ресторанного господарства слід об'єднати у дві групи – фінансові та нефінансові показники. До фінансових показників слід віднести: чистий прибуток підприємства; рентабельність виробництва продукції; рентабельність продажу; частку витрат на маркетинг у загальній сумі витрат виробництва й обігу.

Нефінансові показники визначаються за результатами маркетингових досліджень закладу ресторанного господарства і включають:

- ринкову частку підприємства (відношення чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) до місткості ринку, виражене у відсотках);
- відносну ринкову частку підприємства (відношення ринкової частки підприємства до ринкової частки найбільшого конкурента);
- кількість споживачів, у тому числі постійні, лояльні, нові ;
- співвідношення споживачів: лояльні/постійні, постійні/непостійні, нові /задоволені, задоволені/незадоволені;
- відповідність асортиментної структури послуг структурі попиту;
- рівень знання про заклад серед відвідувачів;
- середній час надання послуг;
- кількість відмов у розміщенні відвідувачів у різні дні тижня: будні дні, вихідні/святкові дні [4].

Оцінювання ефективності управління маркетинговою діяльністю на підприємствах ресторанного господарства передбачає дослідження значення обраних показників та порівняння: фактичних даних з плановими (визначення відсотка виконання плану); показників конкретного підприємства із середнім значенням по галузі (визначення стану підприємства на ринку); показників діяльності підприємства з відповідними показниками підприємств-конкурентів (визначення конкурентоспроможності); результатів діяльності підприємства до і після прийняття стратегічних маркетингових рішень з метою визначення їх ефективності.

Література

1. Сахно І.В., Часник М.О. Теоретичні засади управління маркетинговою діяльністю підприємств ресторанного господарства. *Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. Серія Економіка*. 2019. Том 24. Вип. 4 (77). С. 81–86.
2. Чала Ю.В. Оцінка ефективності маркетингової діяльності ТНК. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. 2014. Вип. 38. С. 287–297.
3. Меленчук Ю.Т. Теоретико-методичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємств. *Технологический аудит и резервы производства*. 2015. № 1/6 (21). С. 18–21.
4. Сахно І.В. Ефективність управління маркетинговою діяльністю підприємств ресторанного господарства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2020. № 2 (25). С. 276-281. URL: http://www.easterneurope-bm.in.ua/journal/25_2020/42.pdf.

УДК 330.341.1

Сахно І.В.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та військового господарства,

Калмиков Ю.Ю.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства

Ресторанна сфера як одна з найбільш рентабельних галузей світової економіки, у XXI ст. стає провідним напрямом економічного і соціального розвитку України. Сьогодні саме сфера послуг формує економіку багатьох держав, регіонів, стає важливим чинником стабільного розвитку світової індустрії гостинності. Ресторанне господарство займає важливе місце у реалізації соціально-економічних задач. Його основним призначенням є забезпечення населення кулінарною продукцією, організація високого рівня обслуговування [1].

На ринку ресторанних послуг конкурентоспроможність послуги відображає її здатність більш повно відповідати запитам споживачів порівняно з аналогічними послугами, що представлені на ринку. Вона визначається конкурентними перевагами: з одного боку, якістю послуги, споживацькими властивостями, з іншого - цінами, що встановлюють продавці послуг. Отже, конкурентоспроможність послуги досягається завдяки найкращій відповідності її якісних та вартісних характеристик вимогам ринку та споживацьким оцінкам [2,].

Таким чином, конкурентоспроможність визначає споживач, який порівнює послуги на ринку. В ресторанному господарстві на вибір споживача найбільше впливають такі фактори як знання продукції та культура. Рівень конкурентоспроможності підприємства ресторанного господарства може бути визначений тільки при порівнянні його з іншими підприємствами і характеризує позицію його на ринку у певний проміжок часу, успішність його пристосування до умов ринкової конкуренції і можливість задовольнити потреби споживачів своєю продукцією і послугами краще, ніж інші підприємства-конкуренти [3].

На сучасному етапі розвитку ресторанного бізнесу в Україні для підвищення конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства можна запропонувати наступні заходи:

- 1) впроваджувати нову номенклатуру послуг, таких як:
 - послуги сомельє;
 - години фортуни та щасливі години для гостей;
 - гастрономічні шоу;
 - урочиста презентація страв;
 - бар-шоу;
 - рибалка та кулінарне приготування у присутності гостя;

- караоке;
 - кімнати для паління;
 - знижки постійним клієнтам;
 - виїзний кейтеринг з організацією дозвілля та широким спектром різноманітних послуг.
- 2) здійснювати постійний моніторинг якості страв та наданих послуг;
 - 3) ґрунтовно вивчати запити споживачів та здійснювати аналіз конкурентів, проводити обґрунтовану рекламну політику;
 - 4) знижувати витрати, а також використовувати цінові фактори підвищення конкурентоспроможності продукції;
 - 5) активізувати інноваційну діяльність, а саме впроваджувати нові технології, оснащувати робочі місця прогресивним обладнанням тощо;
 - 6) підвищувати продуктивність праці персоналу;
 - 7) оптимізувати структуру управління підприємством;
 - 8) вдосконалити маркетингову та комунікаційну діяльність підприємства;
 - 9) розробити конкурентну політику підприємства на основі сформованого стратегічного портфелю.

Таким чином, для підвищення конкурентоспроможності підприємств необхідно розробляти і впроваджувати комплексну систему заходів, спрямованих на забезпечення якості продукції та послуг.

Література

1. Шарко М.В., Васильченко К.Г. Шляхи та напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості. *Економіка харчової промисловості*. 2015. № 1 (25). С. 38-41.
2. Нагернюк Д.В. Основні чинники, що формують конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства. *Ефективна економіка*. 2016. № 9. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5142>.
3. Яхтер А. Підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства за рахунок упровадження інноваційної діяльності. *Збірник наукових праць ЧДТУ. Сер. Економічні науки*. Вип. 39. Ч.1. с. 132-137.

УДК 65.012.32

Сахно І.В.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та військового господарства,

Молчанов Р.В.,

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Система стратегічного управління підприємством

Практичне вирішення проблем, пов'язаних з необхідністю забезпечення

існування підприємства не тільки сьогодні, а й у перспективі, залежить від ступеня засвоєння методології і методів стратегічного управління. Стратегічне управління є концепцією інтегрального підходу до діяльності підприємства, що дозволяє вивчати зовнішнє оточення та потенціал підприємства, проводити процес формулювання стратегії відповідно до внутрішніх та зовнішніх можливостей розвитку підприємства в досягненні цілей, організувати і стимулювати діяльність підприємства щодо досягнення цілей на основі забезпечення виконання розроблених стратегій.

Методологічною основою стратегічного управління є системний підхід, згідно з яким організацію характеризують такі особливості: змінність окремих її параметрів; унікальність і непередбачуваність поведінки системи в конкретних умовах; здатність змінювати структуру та формувати варіанти поведінки, протистояти руйнівним тенденціям, адаптуватися до зміни умов; прагнення до формулювання цілей усередині системи [1].

Стратегічне управління складається з окремих елементів. За класифікацією американської консалтингової фірми «Мак-Кінсі» доцільно розрізняти такі елементи: стратегія, структура, стиль, кадри, мистецтво управління, участь у розподілі доходів. Однак найчастіше стратегічне управління організації розглядають як систему з трьох елементів: а) стратегія, як сукупність управлінських рішень щодо перспективного її розвитку; б) відповідна структура управління, зорієнтована на розроблення і впровадження стратегії; в) організаційна культура. Вважають, що організаційна структура, окреслюючи межі підрозділів і встановлюючи формальні зв'язки між ними, є «скелетом» організації, а організаційна культура – своєрідна її «душа», яка виробляє «правила гри» в колективі. В результаті утворюється трикутник: «стратегія розвитку – організаційна структура – організаційна культура», який має бути внутрішньо стійким і перебувати в гармонії з зовнішнім середовищем [2].

Стратегію організації вважають центральним поняттям у теорії стратегічного менеджменту. Термін стратегія запозичено з військового лексикону, де він означає теорію та практику ведення великих бойових дій. У сучасному лексиконі це поняття переважно тлумачиться, як розроблення перспективних заходів або підходів. У теорії менеджменту термін тривалий час вживали для характеристики управління ресурсами. В процесі еволюції він набув ширшого значення і найчастіше трактується як узагальнююча модель дій, які потрібно здійснити для реалізації місії організації, досягнення певних цілей шляхом координації та розподілу ресурсів [3].

Між переліченими елементами системи стратегічного управління організації існує взаємозалежність: чітко організоване стратегічне планування перебуває в тісному взаємозв'язку зі структурою управління, яка забезпечує розроблення та реалізацію стратегії для досягнення цілей, і організаційною культурою, яка створює відповідні можливості для поєднання стратегічного планування й організаційної структури. Це є ще одним доказом того, що успіх організації – результат взаємодоповнення перелічених елементів, хоча за різних умов деякі елементи можуть переважати над іншими. Для певного рівня

нестабільності середовища можна сформувати відповідну комбінацію елементів, які забезпечуватимуть найкращі результати діяльності організації.

Література

1. Єрмакова О. М. Стратегічне управління підприємством: сутність та особливості. *Науковий вісник Полісся*. 2015. № 4 (4). С. 92–96.
2. Стратегічне управління: Навчальний посібник. Для студентів усіх форм навчання напряму 6.030601 «Менеджмент» / Гевко О.Б., Шведа Н.М. – Тернопіль ФОП Паляниця В. А., 2016. 152 с.
3. Беляєва Н.С. Стратегія підприємства як елемент механізму стратегічного управління. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки*. 2015. Вип. 15. Ч. 5. С. 54-56.

УДК 65.012.32

Сахно І.В.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та військового господарства,

Хілик М.І.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Ефективність стратегічного управління підприємством

Розвиток ринкових відносин, який супроводжується посиленням конкуренції, викликає необхідність засвоєння та впровадження адекватних сучасним умовам методів, форм та інструментів управління діяльністю підприємства. До їх кола належать процедури стратегічного управління, що забезпечують досягнення цілей функціонування підприємства при утриманні конкурентних позицій на основі адекватного реагування на зміни зовнішнього середовища. Необхідність розвитку системи стратегічного управління обумовлена розумінням підприємства як відкритої системи, котра активно взаємодіє із зовнішнім оточенням, отримуючи в ньому ресурси на вході та очікуваний результат діяльності на виході.

Стратегічне управління сьогодні розглядається як комплекс не тільки стратегічних управлінських рішень, що визначають довгостроковий розвиток підприємства, але і конкретних дій, які забезпечують швидке реагування підприємства на зміни зовнішнього середовища, які можуть викликати необхідність стратегічного маневру, перегляду цілей та вибору нового напряму розвитку [1].

Стратегічне управління є поєднанням концепцій інтегрального, ситуаційного, системного та цільового підходів до діяльності та розвитку підприємств різного типу, що дозволяє:

- порівнювати цілі розвитку підприємства, що відображають їх орієнтацію в адаптації до змін та/або активного впливу на зовнішнє середовище з потенціалом, який є в наявності і якого можна досягти у стратегічній перспективі;
- використовувати процес формулювання та балансування системи стратегій відповідно до внутрішніх та зовнішніх можливостей розвитку підприємства в досягненні цілей;
- організувати і стимулювати діяльність підприємств на досягнення цілей на основі забезпечення виконання розроблених стратегій шляхом застосування обраних систем стратегічного планування;
- вдосконалювати системи управління підприємствами різного типу з використанням стратегічних настанов для забезпечення необхідного стратегічного рівня, що відповідає вимогам середовища [2, с. 94-95].

При поширенні впровадження стратегічного управління правомірно постали питання його оцінки, а відповідно і змістового навантаження категорії ефективності стратегічного менеджменту. Вперше питання ефективності стратегічного управління знайшли відображення в працях військових теоретиків – засновників теорії стратегічного управління. Існуючі на сьогоднішній день підходи до сутності ефективності стратегічного управління систематизовані на рис.1.

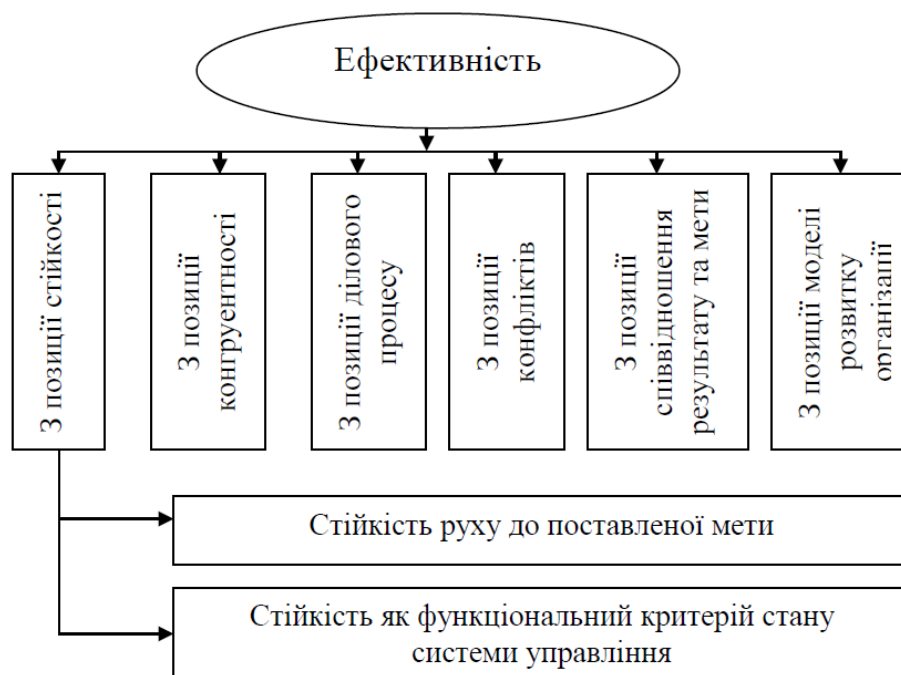


Рис. 1. Сучасні підходи до ефективності стратегічного управління

Джерело: [3, с. 65]

Виходячи з сутності стратегічного управління, яке залучає як внутрішній потенціал підприємства, так і безпосередньо пов'язаний із зовнішнім оточенням, його ефективність відображає як результат використання внутрішнього потенціалу, так і зовнішніх можливостей. Відповідно результативність використання внутрішнього потенціалу може бути виражена через прибуток, а

ринкова ефективність – через обсяги реалізації продукції. Ефективність стратегічного управління безпосередньо пов'язана з поняттям конкурентоспроможності, внаслідок чого може вимірюватися лише у порівнянні з конкурентами. Тому ефективність стратегічного управління підприємством – це позиціонування підприємства відносно його конкурентів в системі координат прибутку та обсягу продажів, яке зумовлено рівнем використання внутрішнього потенціалу підприємства та його взаємовідносинами із зовнішнім оточенням.

Література

1. Сахно І.В., Сахненко О.І. Стратегічне управління як інструмент формування конкурентоспроможності підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2019. № 31. С. 362-368. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/31_2019_ukr/56.pdf.

2. Єрмакова О. М. Стратегічне управління підприємством: сутність та особливості. *Науковий вісник Полісся*. 2015. № 4 (4). С. 92–96.

3. Ефективність стратегічного управління підприємствами: сучасні проблеми та перспективи їх вирішення: монографія / Мікловда В.П., Брітченко І.Г., Кубіній Н.Ю., Дідович Ю.О. Полтава: ПУЕТ, 2013. 218 с.

Скорін Ю.І.,
кандидат технічних наук, доцент кафедри інформаційних систем,
Андрющенко Т.Ю.,
здобувач ступеня доктора філософії (поза аспірантурою)
кафедри комп'ютерних систем та технологій
Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

Підтримка прийняття рішень соціального партнерства видавничо-поліграфічних підприємств

При сучасному економічному становищі в Україні соціальне партнерство, як явище тільки починає потроху розвиватися. Соціальне партнерство в Україні це свого роду налагодження соціального діалогу в суспільстві підприємств для досягнення соціальних цілей підприємства. Тому зараз виникає актуальне питання як при соціальній відповідальності підприємства не втратити прибуток та залишитися соціально відповідальним.

Метою даного дослідження є виявлення особливостей соціального партнерства в Україні в умовах видавничо-поліграфічного підприємства та визначення методики оцінки.

Питанням соціального партнерства багато уваги приділяють у своїх наукових працях вітчизняні й іноземні вчені, а саме: Баккаро Л., Борисов В., Лібнер С., Одонолл Р., Сімоні М., Фолкнер Г., Грішнова О., Колот А., Новиков В., Осовий Г., Ситник О. та інші.

Питанням соціальної відповідальності присвячені роботи як закордонних так і вітчизняних вчених, зокрема Ф. Котлера, П. Байерза, О.О. Зеленко, О.О. Затеїщикової, М.А. Саприкіної, А.М. Колота, О.В. Лазоренко та інших.

Основне визначення соціальної відповідальності наводить Ф. Котлер: «Корпоративна соціальна відповідальність – це вільний вибір компанії на користь зобов'язання підвищувати добробут суспільства, реалізуючи відповідні підходи до ведення бізнесу і виділяючи корпоративні ресурси» [1].

Соціальне партнерство слід розглядати, як систему інститутів, механізмів і процедур, покликаних підтримувати баланс інтересів сторін, що беруть участь в переговорах про оплату і умови праці (роботодавців й найманих працівників) сприяти досягненню взаємоприйняттого для них компромісу заради реалізації як корпоративних, так і загальносоціальних цілей [2].

Здебільшого, вітчизняні вчені трактують соціальне партнерство з точки зору роботодавців та найманих працівників не торкаючись соціального партнерства в цілому. Соціальне партнерство в видавничій галузі дає додаткові можливості підприємству. Суттєве зростання кількості замовлень, через безкоштовну рекламу в тому числі. Залучення більшої кількості замовників та постачальників, які підтримують та залучаються до соціальної відповідальності. Це все надає певні переваги підприємству.

Соціальне партнерство з іншого боку несе підприємству певні збитки. Це можуть бути витрати на матеріали або інші затрати на виготовлення замовлення.

В роботі П. А. Петриченко [3] оцінка доцільності взаємовідносин відбувається в декілька етапів: визначити спільний вигравш продуктивності, який створюється на основі практики відповідності; розділити спільний зростання продуктивності для зацікавлених сторін. У загальному вигляді зростання продуктивності є функцією від трьох змінних:

$$JPG = f(\Delta EEC, \Delta IEC, \Delta ES), \quad (1)$$

де ΔEEC - зовнішня ефективність клієнта;

ΔIEC - внутрішня ефективність клієнта;

ΔES - внутрішня ефективність продавця.

Таким чином:

$$JPG = (\Delta EEC - \Delta IEC) - \Delta IES, \quad (2)$$

де: JPG -

спільне зростання продуктивності;

$(\Delta EEC - \Delta IEC)$ - зміна споживчої вартості клієнта;

ΔEEC - (дохід клієнта планований - дохід клієнта поточний);

ΔIEC - (витрати клієнта плановані - витрати клієнта поточні);

ΔIES - (витрати продавця плановані - витрати продавця поточні).

Виходячи з вищесказаного, можна дійти висновку, що менеджерам вищої

ланки видавничо-поліграфічного підприємства складно прийняти рішення про встановлення соціального партнерства. Початкові збитки від такого виду партнерства можуть переважати прибутки. Але з точки зору довгострокового соціального партнерства майбутні прибутки можуть переважати та зростати. Для розрахунків доцільності впровадження соціального партнерства необхідно використовувати відповідні системи. Це система підтримки прийняття рішень з управління партнерськими, яка розраховує доцільність встановлення соціального партнерства. Комплекс економіко-математичних моделей, які входять до бази моделей системи підтримки прийняття рішень з управління партнерськими відносинами видавничо-поліграфічних підприємств повинні розраховувати доцільність встановлення соціального партнерства та встановлення кількості таких взаємин для досягнення прибутку.

Література

1. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі ; Пер. з англ. С. Яринич. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с.
2. Білий Ю. Що таке соціальне партнерство? [Електронний ресурс]. URL: <http://iqholding.com.ua/articles/shcho-take-sotsialne-partnerstvo>.
3. Петриченко П. А. Взаємовідносини у сфері послуг: концептуальне розуміння і вимір взаємних переваг. [Електронний ресурс]. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2195>.

Скорін Ю.І.,
кандидат технічних наук, доцент кафедри інформаційних систем,
Андрющенко Т.Ю.,
здобувач ступеня доктора філософії (поза аспірантурою)
кафедри комп'ютерних систем та технологій
Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

Віртуалізація вимірювального процесу у мехатронних системах

Мехатронні системи, які є по суті системами автоматичного управління, обов'язково включають до свого складу вимірювальні пристрої, які, як правило складаються з трьох елементів: завдаючого, чутливого і порівняння. Завдаючи елементи вводять в систему сигнали, пропорційні завданому значенню регульованої величини [1]. За допомогою чутливих елементів набувають дійсних значень регульованої величини. Елементи порівняння зіставляють дійсне і задане значення регульованої величини і видають сигнал, пропорційний помилці регулювання. Часто всі три елементи об'єднують електрично або конструктивно в один вузол, який утворює вимірювальну схему, яку і називають вимірювальним пристроєм.

Для реалізації мехатронної системи, забезпечення оптимального її функціонування доцільно розробляти і використовувати спеціалізовані вимірювальні пристрої, що дозволить вирішити цілу низку питань, пов'язаних, наприклад з забезпеченням необхідних метрологічних характеристик, тобто потрібного рівня точності вимірювань, потрібного рівня мініатюризації мехатронної системи, її надійності тощо.

Але в процесі тестування або діагностування мехатронної системи значно розширюється спектр вимірюваних параметрів, тому виникає необхідність в розширенні функціональних можливостей вимірювальних пристроїв, що потребує застосування, замість спеціалізованих, більш функціональних універсальних вимірювальних приладів.

Номенклатура таких приладів є досить широкою, але використання, так названих, традиційних вимірювальних засобів не завжди дозволяє вирішити завдання тестування або діагностування мехатронній системі в повному обсязі.

Таким чином, аналіз сучасного стану вимірювальної техніки мехатронних систем та тенденцій її подальшого розвитку свідчить про те, що поряд з розробкою та удосконаленням традиційних вимірювальних приладів все більшого значення набуває досить новий напрямок, а саме розробка, так званих, віртуальних вимірювальних приладів.

Сьогодні характеризується значним прогрес в розвитку засобів електронно-обчислювальної техніки, вимірювально-інформаційних систем, внаслідок якого персональні комп'ютери практично стали необхідним інструментом інженерів, науковців, викладачів, а також тими обставинами, що парк засобів вимірювальної техніки поповнюється та відновлюється не такими темпами, як того потребують сучасні вимоги, крім того значним ускладненням процесу розробки, а головне – виробництва сучасних засобів вимірювальної техніки.

Все це потребує пошуку альтернативних способів вдосконалення парку ЗВТ, наприклад шляхом розробки та створення віртуальних вимірювальних приладів [3].

Розвиток обчислювальної техніки, комп'ютеризація усіх галузей народного господарства, нашою хує на думку про використання могутнього технологічного потенціалу комп'ютеризації в справі удосконалення процесу вимірювань у мехатронних системах.

Пошуки рішення привели до необхідності створення віртуальних приладів, аналоги яких вже існують за кордоном і демонструють величезні переваги перед, так званими, традиційними приладами.

Віртуальність приладів визначається тим, що вони не є промисловими виробами у вигляді постійно існуючих об'єктів, а є тимчасовими об'єктами, призначеними для рішення задач конкретного вимірювального експерименту. При традиційному проведенні вимірювань прийнято визначати значення тієї або іншої фізичної величини за допомогою спеціалізованого вимірювального приладу, що являє собою конструктивно закінчену систему визначеного функціонального призначення з заздалегідь фіксованими можливості сполучення з іншими

пристроями.

Відмінною перевагою віртуальних вимірювальних приладів у мехатронічних системах і інших галузях науки та техніки, є, насамперед, універсальність таких приладів і, що не менш важливо, практично необмежений потенціал щодо розширення функціональних можливостей вимірювальних приладів, причому без зміни апаратного складу приладів, а тільки за рахунок удосконалення програмного забезпечення.

Розроблений пакет програмного забезпечення є закінченим і само-достатнім програмним продуктом, до складу якого надходить інсталяційний модуль під будь яку платформу програмного забезпечення. Крім того, цей програмний продукт є повністю адаптованим до використання в мережі інтернет або локальних комп'ютерних мережах. До того ж він є базовим для побудови віртуальних вимірювальних приладів інших видів і типів[4].

Література

1. Алексієв В.О., Волков В.П., Калмиков В.І. Мехатроніка транспортних засобів та систем: Навчальний посібник. – Х.: ХНАДУ. – 2014. – 176 с.
2. Виртуальные измерительные приборы. Один компьютер - вся измерительная лаборатория. Осциллографы. Приборы и системы управления, №3, 2009, с.22.
3. Скорин Ю.И. Создание виртуальных измерительных приборов средствами технологии WindowsPresentationFoundation / Ю.И. Скорин, В.В. Стадник // Научное издание "Приборостроение-2017", – Минск: БИТУ, 2017. – с. 185-187.
4. Скорин Ю.І. Віртуальні прилади у вимірювальній лабораторії/ Ю.І. Скорин, В.В. Стадник, А.М.Клименко//Вісник Національного технічного університету “ХПІ”. Збірник наукових праць. Серія: Інформатика та моделювання. – Харків: НТУ “ХПІ”. – № 38. – 2012. – С. 84-92.

Скорин Ю.І.,
кандидат технічних наук, доцент кафедри інформаційних систем,
Антипіна О.В.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
кафедри інформаційних систем
Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

Порівняльний аналіз лінійних та нелінійних методів прогнозування при виконанні довгострокових торговельних операцій підприємства

Теперішній час, у зв'язку з розвитком різноманітних форм власності, а саме тих, що заснована на приватній власності, виникає нагальна потреба у проведенні оперативного, чуткого, комплексного економічного аналізу на рівнях,

як управління, так і господарювання.

Економічний аналіз при цьому займає особливе місце, а саме його теоретичні складові, що ґрунтуються на сучасних ринкових методиках, підходах, на використанні досвіду, як вітчизняного, так і закордонного, наврахування змін в організації обліку, як статистичного, так і бухгалтерського, змінуватимуться тощо, метою чого є створення дієвого інструменту для підвищення ефективності ведення народного господарства [1].

При цьому, найважливішого значення набуває реалізація своєчасної та об'єктивної оцінки фінансового стану торговельного підприємства, що дозволить у подальшому забезпечити суттєве підвищення прибутку підприємства, що може бути реалізоване тільки на підставі об'єктивного й своєчасного аналізу фінансового стану будь-якого торговельного підприємства.

Проведений аналіз свідчить про те, що у економічних умовах діяльність будь-якого суб'єкта господарювання, є предметом уваги значного кола учасників ринкових відносин, осіб та організацій, які зацікавлені у результатах його функціонування [2].

Фінансовий аналіз являє собою метод оцінювання, як ретроспективного, так і перспективного фінансового стану торговельного підприємства, що забезпечується вивченням динаміки змін та залежності показників фінансової інформації. Найголовнішим завданням фінансового аналізу є зниження певної невизначеності, яка пов'язана з прийняттям майбутніх економічних рішень [3].

Тобто, фінансовий аналіз, у широкому сенсі, може бути застосованим у якості інструменту, що забезпечує обґрунтування, як довгострокових, так і короткострокових економічних рішень, інструменту оцінювання доцільності інвестицій, засобу для оцінювання якості й майстерності управління, засобу для прогнозування майбутніх результатів. Витрати обігу є грошовий вираз, у вартісному вираженні, витрат живої і матеріалізованої праці у сфері товарного обігу для реалізації процесу товарообігу.

Важливим принципом планування, а також прогнозування витрат є оптимізація їх показників. Саме зменшення витрат обігу є однією з умов зміцнення та підвищення фінансової стабільності підприємства. Розроблення прогнозів витрат обертання торгового підприємства забезпечує визначення очікуваних прибутків на певний майбутній термін. Проведений аналіз показав, що, наприклад, метод прямих техніко-економічних розрахунків, який, з одного боку, забезпечує отримання найбільш точного результату завдяки мобілізації всіх можливих резервів скорочення обігу витрат, з іншого боку, є методом планування, який визнають, як найбільш трудомісткий. Слід враховувати, що кожна окрема стаття витрат обігу підприємства є комплексною, тому планова розрахунки і проводять окремо за кожним елементом витрат, який включають до певної статті.

Тому, найбільш поширеним і простим визнають факторно-аналітичний метод оцінки планового розміру витрат підприємства. Згідно цієї методики, розрахунок витрат обігу за загальною сумою будується на визначенні суми, виходячи з обсягу умовно-постійних витрат, яка фактично складається протягом

звітнього періоду, ураховуючи вплив на їх розмір деяких окремих факторів, що матимуть місце протягом планового періоду.

Розроблення плану витрат обігу підприємства з використанням економіко-математичних методів базується на встановленні та формалізації певної залежності, що стосується розміру витрат обігу та обсягу окремих факторів.

Вирішення названих задач дасть можливість забезпечити оптимальний підбір ресурсного потенціалу підприємства, що забезпечить зменшення витрат обігу з урахованням також і інших існуючих вимог та обмежень [4].

Підводячи підсумки, слід підкреслити визначення фінансового аналізу, як дієвого інструменту щодо підвищення ефективності ведення народного господарства та прийняття виважених управлінських рішень, а також були розглянуті його цілі та завдання, галузі застосування.

Особо було підкреслено, що результати фінансового аналізу дозволяють виявити вразлива місця, що потребують особливої уваги. Також були розглянути методи прогнозування та планування витрат обігу підприємства, був проведений їх порівняльний аналіз, визначені їх недоліки і переваги. Аналіз динаміки змін основних ціннісних співвідношень є основою фінансового планування. Оцінювання динаміки співвідношення та структури, як доходу, так і витрат дозволить здійснити ефективне прогнозування величини прибутку підприємства, виходячи, при цьому, з завданого обсягу реалізації, що свідчить про те, що фінансовий аналіз у сучасних умовах стає одним з головних елементів управління та прийняття господарських рішень на всіх рівнях управління і господарювання.

Література:

1. Національна бібліотека України імена В. І. Вернадського. Техніко-економічний аналіз [Електронний ресурс]. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/node/2216>.
2. Фінансовий аналіз діяльності підприємства [Електронний ресурс]. URL: https://pidruchniki.com/1580011943608/finansni/finansoviy_analiz_diyalnosti_pidpriyemstva.
3. Прогнозування і планування витрат обертання торгового підприємства [Електронний ресурс]. URL: https://pidruchniki.com/17530607/ekonomika/prognozuvannya_planuvannya_vitratobertannya_torgovogo_pidpriyemstva_zagalnim_obsyagom_okremimi_stattyami.
4. Моделювання та інформаційні системи в торгівлі [Електронний ресурс]. URL: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k1243&T=15&lng=-1&st=0.

Скорін Ю.І.,
кандидат технічних наук, доцент кафедри інформаційних систем,
Неділько А.А.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
кафедри інформаційних систем
Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

Прогнозування і оцінка економічної діяльності торгівельного підприємства з використанням веб-технологій

Найважливіші зміни, які відбулися за останні роки в умовах ринкових відносин в Україні, зміни в банківській системі, трансформація бухгалтерського обліку, впровадження нових форм власності, усе це обґрунтовує актуальність питань, щодо управління фінансовими ресурсами. Це обумовлено прагненням підприємців визначати можливе збільшення прибутку фірми, це можна установити тільки за допомогою своєчасного та об'єктивного аналізу фінансового стану. Потрібно знаходити слабкі місця у фінансовій діяльності та можливості ефективного використання фінансових ресурсів підприємства, тому що неефективне використання фінансових ресурсів призводить до низької платоспроможності підприємства, у наслідок чого можливі затримки у постачанні, виробництві та реалізації продукції[1].

Таким чином, на перше місце виходить необхідність вирішення одного з найактуальніших завдань, а саме, автоматизування документообігу на підприємствах, причому незалежно від сфери діяльності та від обсягів реалізованої продукції. Це стосується, у першу чергу, великих підприємств, таких як, наприклад сільськогосподарське підприємство «Лінекс-партнер», яке реалізує широку номенклатуру сільськогосподарської продукції, і виробнича діяльність яких потребує ведення масштабного документообігу, обліку широкого кола дій із сільськогосподарською продукцією.

Тобто, найважливішою проблемою для таких підприємств стає оптимізація роботи, підвищення ефективності, покращення умов роботи співробітників підприємства з продажу сільськогосподарської продукції, ведення обліку та щомісячного переобліку продукції тощо.

Проведений аналіз показав, що все частіше на порядок денний виходить рішення таких завдань, як: автоматизування документообігу підприємства, а також процесу замовлення продукції, відстеження змін розцінок на сільськогосподарську продукцію, обмін інформацією між співробітниками підприємства та постачальниками і покупцями, ведення спільних реєстрів продукції, своєчасний аналіз співвідношення попиту та пропозиції на конкретний період часу, розширення бази постачальників і покупців, робота з досить великими обсягами інформації тощо.

Досить часто питання зберігання, обробки, утилізації та реалізації товарообміну працівники виконували «вручну», тобто на папері. Це потребує багато часу, економічних ресурсів на оплату праці тощо. Але сучасність вимагає

автоматизації максимальної кількості процесів, скорочення часу на обробку даних, відправлення та відстеження товару на складах.

Технології, які зможуть забезпечити вирішення наведених проблем є web-технології, які забезпечують можливість побудови сайту за допомогою певних фреймворків.

Значна кількість відомих фреймворків створені у вигляді бібліотек, які дають можливість із відносною легкістю створювати високонавантажені інформаційні системи. Прикладами таких фреймворків, які використовують мову JavaScript є: Node.js, React.js, JQuery, Angular, Ember.js, Titanium. Під час вирішення поставленого завдання були виконували такі програмні засоби, як мова розмітки гіпертексту HTML, мова стилів CSS, динамічна, об'єктно-орієнтована мова програмування JavaScript [2].

JavaScript має свої переваги: жоден сучасний браузер не обходиться без підтримки JavaScript, корисні функціональні налаштування, взаємодія з додатком може здійснюватися навіть через текстові редактори [3].

На жаль наявні так само і недоліки: знижений рівень безпеки через повсюдний і вільний доступ до вихідного коду популярних скриптів, велика кількість помилок на кожному етапі роботи, хоча більша кількість з них легко виправляється, але їх наявність дозволяє вважати цю мову менш професійною в порівнянні з іншими. Також своєрідним недоліком можна вважати той факт, що частина активно використовуваних програм перестануть існувати при відсутності мови, оскільки цілком базуються на ній.

Не дивлячись на вказані недоліки, JavaScript є досить популярною мовою програмування та являє собою високопродуктивну структуру, щодо програмування. Поряд з HTML і CSS, JavaScript може зробити Web-сторінку інтерактивною і максимально цікавою для користувачів.

Запропоноване програмне забезпечення серед відмінних рис якого слід виділити наступні: спеціалізація продукту під конкретного користувача, доволі доступна ціна, інтуїтивно зрозумілий, простий і зручний інтерфейс, орієнтування не тільки на виробника, а й на постачальника і потенційного покупця, що, в кінці кінців, і дозволить підвищити ефективність документообігу на підприємстві.

Література:

1. Національна бібліотека України імена В. І. Вернадського. Техніко-економічний аналіз [Електронний ресурс]. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/node/2216>.
2. 7 лучших JavaScript фреймворков и библиотек для изучения [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://proglib.io/>.
3. Моделювання та інформаційні системи в торгівлі [Електронний ресурс]. URL: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k1243&T=15&lng=-1&st=0.
4. Фінансовий аналіз діяльності підприємства [Електронний ресурс]. URL: https://pidruchniki.com/1580011943608/finansi/finansoviy_analiz_diyalnostipidprijemstva.

5. Прогнозування і планування витрат обертання торгового підприємства [Електронний ресурс]. URL: https://pidruchniki.com/17530607/ekonomika-/prognozuvannya_planuvannya_vitratobertannya_torgovogo_pidpriyemstva_zagalnim_obsyagom_okremimi_stattyami.

6. Что такое JavaScript: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ipipe.ru/>.

Скорін Ю.І.,
кандидат технічних наук, доцент кафедри інформаційних систем,
Недоступа Я.В.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
кафедри інформаційних систем
Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця,
Подорожняк А.О.,
кандидат технічних наук, доцент
Харківський національний технічний університет "ХПІ"

Концепція побудови віртуальної вимірювальної лабораторії

Аналіз сучасного стану вимірювальної техніки та тенденцій її подальшого розвитку свідчить про те, що поряд з розробкою та удосконаленням традиційних вимірювальних приладів все більшого значення набуває досить новий напрямок, а саме розробка так званих віртуальних вимірювальних приладів. Цьому сприяє по-перше, значний прогрес в розвитку засобів електронно-обчислювальної техніки (ЕОТ), внаслідок якого персональні комп'ютери (ПК) практично стали необхідним інструментом інженерів, науковців, викладачів; по-друге, парк засобів вимірювальної техніки (ЗВТ) поповнюється та відновляється не такими темпами, як того потребують сучасні вимоги; по-третє, порушення інтеграційних зв'язків значно ускладнює процес розробки, а головне - виробництва сучасних ЗВТ. Все це потребує пошуку альтернативних способів вдосконалення парку ЗВТ, наприклад шляхом розробки та створення віртуальних вимірювальних приладів[1].

Існує декілька підходів до побудови віртуальних ЗВТ. Так, наприклад деякі фірми фактично реалізують перевернуту концепцію побудови віртуальних приладів, тобто концепцію вбудови ПК або мікропроцесорного контролера (МПК) в корпус приладу. Одним з найважливіших недоліків таких приладів є досить обмежені можливості вбудованих засобів ЕОТ.

Більш перспективним вважається підхід, в основу якого покладений принцип поєднання ПК з платою збору даних (ПЗД), основними елементами якої є аналого-цифровий перетворювач (АЦП) і перетворювач код-код (ПКК). Можливо включення до складу ПЗД мікропроцесорного контролера, який виконує функції управління, синхронізації та підтримки програмного забезпечення (ПЗ).

Так, на базі плати збору даних ADC 16-32 було розроблено діючий макет

віртуального вимірювального приладу, а саме - віртуального вольтметра постійного струму, та пакет програмного забезпечення для нього. Експериментальні дослідження приладу показали, що при реалізації програмного осереднення результатів вимірювань за метрологічними характеристиками віртуальний вольтметр є аналогом розповсюдженого цифрового вольтметра В7-16А[2; 5].

Ще одним, не менш важливим напрямком використання віртуальних вимірювальних приладів є побудова на їх основі комп'ютерних моделей-тренажерів з метою удосконалення та підвищення наочності навчального процесу під час викладання насамперед “приладових” дисциплін[6].

Актуальність цього напрямку полягає в тому, що по-перше, склад штатних ЗВТ, який є в наявності і який потрібен для забезпечення якісного проведення навчального процесу, як правило, є обмеженим, часто потребує ремонту, відновлення або заміни, тому значення комп'ютерних тренажерів в таких випадках важко переоцінити; по-друге, за допомогою комп'ютерних тренажерів можна забезпечити придбання практичних навичок роботи з найбільш сучасними ЗВТ, які в зв'язку з обмеженням технічних або економічних можливостей в даний час ще не використовуються в навчальному процесі; по-третє, комп'ютерні тренажери можуть використовуватись тими, хто навчається, під час самостійної підготовки до занять, тому що вони досить прості в експлуатації, не потребують спеціальних знань оператора з програмування, не є критичними до апаратно-го складу та програмного забезпечення ПК, містять підказки та коментарі, які практично керують діями оператора, відпрацьовують його помилки; по-четверте, комп'ютерному тренажеру можна додати функції, які не притаманні реальному приладу, наприклад відображати фізичні процеси, які відбуваються „усередині” приладу під час проведення вимірювань, перевірки тощо[3].

В плані подальшого розвитку пакету програмного забезпечення „Віртуальний лабораторний практикум” слід зазначити, що можливості поповнення парку віртуальних тренажерів є практично необмеженими, тому цікаво було б здійснити побудову, наприклад віртуальних аналогових стрілочних приладів, таких як електронний вольтметр тощо. Також є практично необмеженою сфера використання розроблених віртуальних приладів, тобто на їх основі можна будувати тренажери для досліджень не тільки автономних засобів вимірювань, а і автоматизованих вимірювальних комплексів та систем, параметри та зовнішній вигляд яких можна коректувати як на стадії розробки, так і в процесі роботи[4].

Література

1. Матеріали з Вікіпедії – свободної енциклопедії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ru.wikipedia.org/wiki/Віртуальний_прибор.
2. Скорін Ю. І. Віртуальні прилади у вимірювальній лабораторії / Ю.І. Скорін, В.В. Стаднік, А. М. Клименко // Вісник Національного технічного університету “ХПІ”. Збірник наукових праць. Серія: Інформатика та

моделювання. – Харків: НТУ “ХПІ”. – № 38. – 2012. – С. 84-92.

3. Скорин Ю.И. Создание виртуальных измерительных приборов средствами технологии Windows Presentation Foundation / Ю.И. Скорин, В. В. Стадник // Материалы 10-й Международно-йнаучно-технической конференции "Приборостроение-2017", 1–3 ноября 2017 г., – Минск: БИТУ, 2017. – с. 185–187.

4. Скорін Ю.І. Віртуальні вимірювальні та діагностичні прилади / Ю. І. Скорін, О.В. Щербаков, Т. І. Магдалиць // Системи обробки інформації. Збірник наукових праць. Вип.4(102), том 1. Інформаційні технології та захист інформації. Х.: ХУПС.- 2012.- с. 65-68.

5. Виртуальные измерительные приборы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://strpo.ru/electricity/viii-virtual-measuring-instruments/>.

6. Принципы построения виртуальных тренажеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.sunspire.ru/articles/part35/>.

Скорін Ю.І.,

кандидат технічних наук, доцент кафедри комп'ютерних систем,

Щербаков О.В.,

кандидат технічних наук, доцент,

Недоступа Я.В.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти

кафедри інформаційних систем

Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

Концепція підвищення ефективності діяльності торговельних підприємств з використанням веб-технологій

Серед найважливіших етапів комерційної діяльності торговельних підприємств і організацій є продаж товарів.

Аналіз показав, що продуктивність роботи підприємства в цілому в значній мірі залежить від того, з якою долею успішності виконані ті чи інші комерційні операції, які пов'язані з реалізацією товарів.

Операції технологічного процесу в компанії, в тому числі продаж товарів, взаємопов'язані, виконуються в чіткій послідовності та безпосередньо впливають на кінцевий результат роботи.

Відомо, що будь-яка бізнес модель будується на впровадженні інновацій в практику операційної діяльності, що визначає можливості її організаційного розвитку[1].

Для того, щоб стати більш успішними, сучасні компанії повинні постійно розвиватися, при цьому одним із найбільш потужних інструментів теперішнього часу набуває використання сучасних інформаційних систем.

Роль веб-технологій в житті сучасного підприємства важко переоцінити, оскільки цей процес є вкрай необхідною складовою, яка в значній мірі забезпечує прогрес у роботі підприємства.

Тому, теперішній час досить велика кількість керівників компаній вважають за необхідне створення саме веб ресурсу підприємства[2].

Розробка сайтів для компаній є актуальною та необхідною сферою діяльності, тому що сайт компанії в мережі інтернет є масовим способом реклами, дає можливість потенційним та існуючим клієнтам легко отримувати інформацію про товари і послуги компанії та може допомогти знайти нових замовників і партнерів по бізнесу, а отже, сприяє збільшенню обсягу продаж і рентабельності підприємства.

Незважаючи на глибоке проникнення сучасних технологій в життя торговельних компаній, багато процесів в них до сих пір влаштовані так само, як і багато часу тому.

Наприклад, приймання товару на склад. Ця операція проходить за стандартним, відомим багатьом, алгоритмом.

Товар привозять і співробітники починають перевіряти документи на постачання, в ручному режимі вносять дані в корпоративні системи, розподіляють товари по складу і проводять оплату.

У порівнянні з минулими роками в цьому процесі змінилися деякі деталі: раніше постачання записували в бухгалтерські книги, зараз, в ERP[3].

Але принцип той же, що і багато років тому: хоча машини виконують частину операцій, всі необхідні дії робить та приймає рішення людина. Але в останнє десятиліття це змінюється.

Нині існує надзвичайно багато програмного забезпечення для автоматизації як професійної діяльності менеджера, так і процесу його саморозвитку[4].

Швидкий прогрес в області технологій, які використовують у своїх рішеннях SAP, дав можливість для прориву.

Йдеться, перш за все, про машинне навчання та штучний інтелект. З'являються компанії, в яких, після впровадження продуктів SAP, машини починають повністю замінювати людську ручну працю в операційних бізнес-процесах. Такі компанії й називають інтелектуальними компаніями.

SAP займається розробкою автоматизованих систем управління та внутрішніми процесами підприємства, як: бухгалтерський облік, торгівля, виробництво, фінанси, управління персоналом, управління складами тощо.

Важливими напрямками використання ІТ-технологій також є полегшення обміну інформацією в процесі роботи над проектами, прискорення документообігу, підвищення ефективності планування, фінансів, спрощення процесу ринкового просування бренду, налагодження взаємодії з цільовою аудиторією, посилення контролю над фінансовими витратами тощо[5].

Використання сучасних веб-технологій значно модернізувало, полегшило роботу та відкрило нові можливості для підприємства.

Загалом наявність потужної інфраструктури та методології побудови систем сприяє досягненню високого рівня ефективності на сучасних підприємствах. Розвиток інформаційних систем відображає вимоги до вдосконалення бізнесу.

Література:

1. Левицька А.О. Методи оцінки конкуренто-спроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації / А.О. Левицька // Механізм регулювання економіки. – 2013. - №4. – С. 155-163.

2. Особливості Web-додатків: [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://sites.znu.edu.ua>.

3. Моделювання та інформаційні системи в торгівлі [Електронний ресурс]. URL: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k1243&T=15&lng=-1&st=0.

4. Фінансовий аналіз діяльності підприємства [Електронний ресурс]. URL: https://pidruchniki.com/1580011943608/finansi/finansoviy_analiz_diyalnostipidpriyemstva.

5. Прогнозування і планування витрат обертання торгового підприємства [Електронний ресурс]. URL: https://pidruchniki.com/17530607/ekonomika/prognozuvannya_planuvannya_vitratobertannya_torgovogo_pidpriyemstva_zagalnim_obsyagom_okremimi_stattyami.

УДК 339.13.027

Соболь О.М.,

доктор технічних наук, старший науковий співробітник,

Щербина А. Є.,

здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня
Національний університет цивільного захисту України, Харків

Економічна діагностика підприємства

У сучасних нестабільних економічних умовах на ринку на ефективність функціонування підприємства, а також на його платоспроможність, прибутковість і ліквідність активів істотно впливають низька купівельна спроможність споживачів, стрибки валютних курсів, а також негативні ендегенні фактори, такі як низький рівень управління або підготовки персоналу, недоліки у виробничій і маркетинговій сфері, відсутність інноваційної політики.

Виникнення і розгортання системної кризи, вражає основні складові елементи підприємницької діяльності, призводить до нездатності самостійного відновлення стану самоокупності та загрози банкрутства унаслідок зростання заборгованості. За таких умов необхідне швидке реагування керівників (оперативна Crash-програма), ефективне антикризове управління, мобілізація внутрішніх ресурсів.

Економічна діагностика передбачає не тільки вивчення попереднього та поточного стану підприємства, а й здійснює дослідження перспективного можливого виникнення певних ситуацій, ендегенних та екзогенних факторів, що впливають на підприємство. Також інформація, отримана у результаті діагностики, має важливе практичне значення – у результаті її одержання менеджери підприємства здатні, опираючись на її дані, обґрунтувати відповідні рішення і впровадити заходи щодо зміни системи управління, фінансового

оздоровлення (економічної санації), підвищення прибутковості, платоспроможності, конкурентоспроможності та ринкової привабливості підприємства підприємства.

Основною метою діагностики ознак кризи на підприємстві є підготовка інформації для аналізу та первинна її обробка задля здійснення відповідних рішень щодо управління підприємством, у тому числі й антикризового, протягом усього етапу життєдіяльності підприємства залежно від характеру отримуваної інформації. Результати економічної діагностики базуються відповідно на аналізі поточної діяльності підприємства, превентивної (попередньої) інформації та перспективного аналізу результатів виробничо-господарської та фінансової діяльності підприємства та впливають на програму розвитку підприємства та його стратегічний вибір.

Якісно та вчасно здійснена діагностика підприємства формує відповідну аналітичну основу для створення антикризової програми підприємства, розробки комплексу доцільних та відповідних дослідженим умовам антикризових заходів, та забезпечує сприятливі передумови для вдалого вирішення задач по виявленню, попередженню та подоланню кризи.

Задля виявлення чинників неплатоспроможності та ознак кризи на підприємстві, попередження загрози збитковості у довгостроковому періоді важливим є застосування політики антикризового управління, що передбачає: проведення деталізованого контролю за фінансовим станом підприємства для того, щоб запобігти появі кризових явищ на ранніх етапах; пошук та впровадження ефективних та доцільних внутрішніх важелів регулювання фінансової стабільності підприємства; застосування системи антикризових рішень стосовно підвищення рівня управління ресурсами підприємства, базуючись на інноваційних засобах; розгортання інноваційної політики в усіх сферах функціонування підприємства.

Висновок. Отже, на тлі макроекономічної нестабільності ситуація суб'єктів економічних відносин загострюється невідповідністю їх до кризи. Неврахування ймовірності виникнення і розвитку кризових явищ в діяльності суб'єктів господарювання та низький рівень управління стали причинами високого рівня банкрутства. З огляду на такі обставини, величезної ваги для ринкових агентів набуває антикризове управління, яке повинно бути направлено як на недопущення виникнення кризи, мінімізації її впливу, так і на посткризову стабілізацію діяльності. З'ясування місця антикризового управління діяльністю підприємства в теорії і практиці управління проходить через уточнення поняття кризи, а також факторів і причин його виникнення в діяльності суб'єктів господарювання.

Зарубіжній практиці антикризового регулювання та інституту банкрутства притаманне акцентування на комунікаціях, інноваційних і соціальних аспектах, тобто першочерговим і пріоритетним у процесі оздоровлення стану підприємства виступає відновлення платоспроможності суб'єктів господарювання, збереження робочих місць. Саме тому спрямованість на досягнення стратегічних завдань, своєчасне реагування за «слабкими сигналами», інноваційна політика, адекватне

державне і законодавче регулювання процедур банкрутства та санації є особливо важливими при виході підприємств з кризового стану.

Література

1. Васильєва Т.А. Держава, підприємства та банки в системі антикризового управління: монографія / Т. А. Васильєва, О. Б. Афанасьєва — Суми: Вид. "Ярославна", 2013. — 488 с.
2. Кунденко А.В. Використання інноваційної стратегії в системі антикризового управління підприємством / Кунденко А.В., Мороз Н.В. Логвиненко А.І. // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2012. – № 3 (15). – С. 130-137.
3. Прохорова В.В. Інноваційні перетворення як структурний елемент антикризового управління підприємством / В.В. Прохорова, В.І. Ярмолюк // Економіка і управління. – 2013. - № 2. – С. 28-33.

УДК 321.1.22

Товма Л.Ф.,

кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри технічного та тилового забезпечення,

Глущенко А.В.,

кандидат фармацевтичних наук, доцент,
старший викладач кафедри технічного та тилового забезпечення
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Харчові концентрати спеціального призначення для забезпечення харчування військовослужбовців у польових умовах, умовах бойових дій та надзвичайних ситуацій

Проблема правильного харчування військовослужбовця може бути вирішена шляхом створення достатньої кількості типових харчових раціонів, що прив'язані до ритуалу – сніданок, обід, вечеря, тому що вони не відповідають потребам організму та його вимогам у реальних бойових умовах.

Ідеальним є харчування, при якому надходження харчових речовин максимально точно відповідає та співпадає (за часом і складом) з їх витратами.

Добові енерговитрати у військовослужбовців механізованих підрозділів із середньою масою тіла 65 кг у період зимових 4-денних навчань складають 18,9 МДж (4506 ккал). Добові енерговитрати у військовослужбовців операторського профілю складають: у лінійних телефоністів 12,4 МДж (2957 ккал), у телеграфістів 11,4 МДж (2710 ккал).

Професор К.С. Петровський наводить дані енерговитрат у офіцерів старшого віку (40 років і більше): у офіцерів бойових частин 13,4 МДж (3200 ккал), у офіцерів штабів і управлінь 11,7 МДж (2800 ккал) [1].

Перспективність використання сухих харчових сумішей для харчування військовослужбовців полягає в тому, що при фіксованій для конкретних умов споживання харчовій цінності суміші, залежно від співвідношення інгредієнтів можна створювати комплекси із заданою харчовою, біологічною, фізіологічною цінністю та вітамінною активністю і використовувати їх для харчування

військовослужбовців у різних умовах службово-бойової діяльності та населенням у зоні бойових дій.

Харчові концентровані суміші «СпецНаз» ТМ для харчування військовослужбовців дозволять легко комбінувати склад, об'єм і масу повноцінного раціону харчування у відповідності до енергетичних витрат в залежності від виду службово-бойових завдань або обов'язків.

Загальні базисні граничні умови оптимізації складу продуктів харчування та способів харчування:

1) по заданій добовій енергетичній цінності мінімізується загальна вага інгредієнтів, що використовуються;

– добовий раціон харчування із заданою енергетичною цінністю при мінімальній загальній вазі та об'єму має відповідати нагальним потребам добового метаболізму, а власне харчові речовини, (макронутрієнти – білки, жири, вуглеводи) мають бути між собою у певному оптимальному співвідношенні, яке вираховується за номограмою відповідно добових затрат енергії;

2) їжа, відповідно до класичної теорії збалансованого харчування, має бути максимально очищена від баласту та шкідливих і токсичних речовин;

3) переважною формою бойового раціону харчування, (сухого пайка), для військових підрозділів у бойових умовах є продукти у вигляді максимально зневоднених порошків, які можна вживати:

– як готову їжу на шляху пересування та на привалах без додаткової теплової обробки;

– шляхом нетривалої термічної обробки (заварювання) відновлювати до пюреподібних та пастоподібних перших, других та солодких страв;

4) склад раціону має відповідати ступеню вірогідного ризику завдання, сезону, конституції тіла, віку військовослужбовця;

5) цінність харчового продукту має визначатися вмістом і співвідношенням у ньому білків, жирів, вуглеводів, харчових волокон, вітамінів і деяких солей;

6) під час відбору базових харчових продуктів, переваги надаються вітчизняним монопродуктам за ступенем перетравлюваності або їх сумішам;

7) додаткове коригування ефективності отриманих раціонів мікронутрієнтами у кількості, що має відповідати добовим потребам організму та умовам виконання бойового завдання [2].

Харчовий концентрат із заданою калорійністю. Добові витрати організму в важких умовах прийняті у кількості 4335 кКал. Пропорційне співвідношення білків/жирів/вуглеводів БЖВ (не плутати з абсолютною кількістю у грамах на 100 грам продукту) складає 0,14 : 0,30 : 0,56.

Харчові концентрати торгової марки «СпецНаз» відмінні тим, що за будь-якої рецептури співвідношення БЖВ відповідає нормі добових витрат, з точністю не менше, ніж один знак після коми.

Призначення. Харчові концентрати «СпецНаз» ТМ призначені для харчування в польових умовах, умовах бойових дій та надзвичайних ситуацій осіб рядового та командного складу органів і підрозділів Міністерства оборони

України, Державної Прикордонної служби України, Державної Митної служби України, СЗР України, МВС України, Національної поліції України, Державної служби з надзвичайних ситуацій України, Державної пенітенціарної служби України, Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України, а також населенням.

Харчовий концентрат «СпецНаз 1» торгової марки «СпецНаз» «Шоколадна паста». Енергетична цінність: 504,36 кКал на 100 грам продукту за сухою речовиною, поживна (харчова) цінність: білки – 13,99 г, жири – 29,88 г, вуглеводи – 56,13 г. Не містить каву, енергетичні добавки, консерванти, БАДи тощо. Тільки натуральні харчові продукти. Паста "СпецНаз 1" може вживатися:

- у сухому вигляді або за смаком, разом з водою, соком, молоком;
- у вигляді пасти для змащування галет, печива, тощо, для чого на 3-4 частини концентрату додати 1 частину води або молока та розмішати;
- напою, для чого розвести, за смаком водою, окропом або молоком будь-якої температури.

Для утримання глікемічного індексу у межах норми рекомендоване дрібне споживання – до 50 г (252,18 кКал за сухою речовиною), не частіше одного разу на годину.

Сприяє або знімає сонливість, (індивідуальна реакція).

Харчові концентрати «СпецНаз 22» (Грибний), «СпецНаз 24» (М'ясний), «СпецНаз 26» (Курячий), торгової марки «СпецНаз» є одночасно першою-другою стравою. Біологічна цінність 100 грам: 486,51 кКал, білки 12,64 г, жири 26,12 г, вуглеводи 49,48 г. Концентрати можуть вживатися: у сухому вигляді, запиваючи водою; як перша страва, для чого поступово розводиться при перемішуванні водою будь-якої температури; як друга страва, для чого 50 г страви спочатку зволожується мінімальною кількістю холодної води (до 3-х столових ложок) та заварюється при перемішуванні крутим окропом.

Для використання в умовах виконання завдань особливої складності, харчові концентрати (комплектуються за окремим замовленням) можуть споживатись разом з натуральними мікронутрієнтами: порошок кореня левзеї сафлоровидної, L- карнітин, чорний харчовий альбумін, фолієва кислота, вітаміни групи B, аскорбінова кислота, ретинол, токоферол, бурштинова кислота, гуарана, креатин моногідрат, гінкго дволопатевий, плоди глоду, кропива собача, таурин, глюкоза та інші. Спеціалістам зрозуміло, що наведений перелік не є вичерпним.

Використання мікронутрієнтів у розрахованих кількостях сприяє полегшенню пристосування організму до високих фізичних навантажень, підвищує фізичну працездатність та емоційну стійкість під час фізичного навантаження, забезпечує підвищення загального тону організму, нормальну діяльність нервової системи та його енергообмін, стимулюючи, імуномодельюючи, антиоксидантну, анаболічну та м'яку седативну дії, швидке відновлення організму після стресового фізичного навантаження [3].

До уваги осіб з непереносимістю лактози або схильних до діабету. Паста солодка містить молочні продукти та цукор. Супи-пюре – продукти переробки цільного молока. При вживанні відразу у великих кількостях є вірогідність впливу на глікемічний індекс крові у схильних до діабету осіб, та вплив на самопочуття

осіб з непереносимістю лактози.

Рекомендований порядок харчування. Шість разів на добу, тобто кожний вид продукту харчування у добовому наборі має ділитись на 6 порцій і може підбиратись за уподобанням бійця. Не визиває відчуття тягаря у шлунку. Не потребує відпочинку після вживання. Може вживатись на ходу насухо, запиваючи водою.

Переваги: жодних штучно синтезованих складових, тільки натуральні продукти, максимальна ефективність засвоювання організмом, найоптимальніше для метаболізму організму у виснажливих умовах, співвідношення макронутрієнтів, тобто білків, жирів, вуглеводів – 0,14 : 0,30 : 0,56, з точністю до першого знаку після коми, мінімальна вага, мінімальний об'єм, можливість вживати як готову їжу на шляху пересування та на привалах, як без додаткової теплової обробки, так і шляхом нетривалої термічної обробки (заварюванням) відновлювати до рідких, пюреподібних та пастоподібних перших, других та солодких страв, без втрати впливу на організм, мінімальна ціна.

Набір для виживання. Повсякденний набір сухих харчових концентратів під торговою маркою «СпецНаз» – повноцінний раціон для використання у надважких умовах та в умовах виживання. Добовий набір масою 860 грам та калорійністю 4335 кКал в умовах виживання разом з мультизасобом для дезінфекції СпецНаз (три краплі на літр болотної, талої, дощової води), забезпечить виживання впродовж п'яти діб – 867 кКал/добу. Вживати до 30 г концентрату через кожні 4 години, воду – без обмежень.

Перевірено фронтом – більше 50000 безкоштовно поставлено більш ніж 80 підрозділам на передній край в зоні ООС.

Література

1. Петровський К.С. Гігієна харчування. – К.: Наукова думка, 2019. – 412 с.
2. Портер М. Менеджмент/ М. Портер, Е. Майкл, пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський – К.: Основи. - 2016. – 390с.
3. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент та взаємовідносини. Європейська перспектива \ Ж.Ж. Ламбен - Львів. – 2017. – 457с.

УДК 658.18:656.2

Токмакова І.В.,

доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом,

Харченко О.В.,

здобувач вищої освіти кафедри економіки та управління
виробничим і комерційним бізнесом,

Український державний університет залізничного транспорту, Харків

Ощадливе виробництво як ефективний напрямок ресурсозбереження на підприємствах залізничного транспорту

В забезпеченні сталого розвитку залізничного транспорту України вагома роль належить ресурсозберігаючій діяльності, активізація якої створює потенціал

для ефективного використання ресурсів підприємств галузі. На сьогодні, як показує практичний досвід передових підприємств світу, потенціально дієвим інструментом ресурсозбереження є ощадливе виробництво, впровадження якого дозволяє здійснювати виробничо-господарську діяльність суб'єктів господарювання на засадах бережливості та максимально ефективного використання всіх ресурсів. З огляду на вищевказане, актуалізується завдання запровадження та інтенсифікації використання технологій ощадливого виробництва на вітчизняних підприємствах залізничного транспорту.

Під ощадливим виробництвом нині розуміють логістичну концепцію менеджменту, сфокусовану на оптимізацію бізнес-процесів з максимальною орієнтацією на ринок і з урахуванням мотивації кожного працівника та інноваційні управлінські технології, спрямовані на скорочення невиробничих витрат і підвищення ефективності технологічних процесів. Базовим принципом вказаної концепції є виявлення і усунення процесів, які не приносять доданої цінності або зменшують її (наприклад, процеси, що приводять до надлишку запасів, процеси очікування, процеси зайвого транспортування, процеси зайвої обробки, процеси, створюючи дефекти, і т.д.). Метою запровадження ощадливого виробництва є реалізація системи гнучкої настройки внутрішніх процесів під потреби клієнтів, оптимізація управління всіма видами ресурсів і зниження непродуктивних витрат [1].

Грунтуючись на наукових здобутках праці [2] встановлено, що всі пропозиції концепції «ощадливе виробництво» можна згрупувати за такими ознаками:

1. За рівнем впровадження: виробничі і структурні підрозділи, регіональні філії, АТ «Укрзалізниця».

2. За видами проєктів: функціональний, міжфункціональний.

3. За напрямом інноваційної політики підприємств: підвищення рівня механізації і автоматизації виробничих процесів, впровадження передових технологій; застосування нових матеріалів, конструкцій, деталей; вдосконалення організації праці, навчання з використанням комп'ютерних технологій; вдосконалення постачання, збуту і зберігання; поліпшення використання парку рухомого складу, машин і механізмів; розвиток виробничих потужностей, поліпшення якості транспортного виробництва.

4. За зв'язком з планом реалізації завдань: заходи, що увійшли до плану ощадливого виробництва; заходи, що не увійшли до плану.

5. За рівнем інвестиційного забезпечення: не потребують додаткових інвестицій; потребують інвестицій.

6. За видами ефективності: економія ресурсів; зростання ефективності використання ресурсів; активізація раціоналізаторської та інноваційної діяльності; відсутність травматизму і відмов технічних засобів.

Вищевказане засвідчує, що запровадження ощадливого виробництва на підприємствах залізничного транспорту доцільно здійснювати за такими напрямками: оптимізації використання виробничих ресурсів; збільшення продуктивності праці; скорочення тривалості технологічних операцій, що

забезпечують перевізний процес; поліпшення умов і охорони праці; зниження собівартості перевезень; підвищення якості залізничних перевезень.

Варто констатувати, що існують конкретні труднощі і особливості, які необхідно подолати для створення оптимальної системи ощадливого виробництва на підприємствах залізничної галузі, а саме: відсутність необхідних знань про концепцію «ощадливе виробництво» та інформації про результати її впровадження; низький рівень довіри персоналу до системи «ощадливе виробництво»; використання керівниками підприємств лише деяких елементів системи для отримання значних результатів; незначний обсяг реклами про успішні проекти у сфері ощадливого виробництва. При цьому першочерговим кроком вирішення вищеназваних проблем є мотивоване залученням працівників і їх навчання технологіям ощадливого виробництва.

Загалом реалізація ощадливого виробництва на підприємствах залізничного транспорту сприяє підвищенню ефективності їх ресурсозберігаючої діяльності за рахунок зменшення втрат ресурсів і часу, оптимізації технологічних процесів, вдосконалення експлуатаційної роботи і підвищенню рівня безпеки руху та охорони праці.

Література

3. Токмакова І.В. Забезпечення гармонійного розвитку залізничного транспорту України: монографія. Х.: УкрДУЗТ, 2015. 403 с.

4. Демьянович И. В. Принципы бережливого производства для повышения эффективности железнодорожного транспорта. *Управление экономическими системами*. 2017. №6 (100). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsipy-berezhlivogo-proizvodstva-dlya-povysheniya-effektivnosti-zheleznodorozhnogo-transporta> (дата обращения: 04.11.2020).

УДК: 331.08

Торопова В. І.,

аспірантка кафедри маркетингу

Український державний університет залізничного транспорту, Харків

Трансформація ринку праці

Сучасний світовий ринок праці істотно змінюється у порівнянні з попередніми десятиліттями, трансформаційні процеси залишили свій відбиток на умовах праці, особливостях оплати праці, переліку базових спеціальностей та ін. Своєчасне усвідомлення процесів, що обумовлюють даний процес та врахування їх тенденцій в HR-менеджменті підприємства дозволить вітчизняним суб'єктам господарювання досягти бажаним результатам та встановленим стратегічним орієнтирам.

Опрацювання наукових здобутків в обраному напрямку дослідження [1-3] дозволило дійти висновку, що одночасно в майже у всіх країнах світу

зменшується частка зайнятих працівників у сфері виробництва, сільському господарстві і зростає зайнятість у сфері послуг. Дані зміни структури зайнятості на сучасному ринку праці обумовлені зростанням продуктивності праці безпосередньо у виробництві за рахунок збільшення вкладу працівників у галузях, що продукують і забезпечують його.

Таким чином, додана вартість починає все більше створюватися в перед-виробничих і пост-виробничих сферах діяльності. Даний процес яскраво виражений у США та Англії. Brookings Institute опублікував дослідження, де було підраховано, що на 11,5 млн американських робочих місць у 2017 році, що вважаються виробничими, було майже в два рази більше робочих місць у сфері послуг, безпосередньо пов'язаної з виробництвом, в результаті чого загальна сума зайнятих склала 32,9 млн чоловік. В аналогічному дослідженні, проведеному у Великобританії The Manufacturing Metrics Experts Group в 2017 році, було зроблено схожий висновок: 2,6 млн робочих місць у виробництві підтримали функціонування ще 1 млн робочих місць у перед-виробничих видах діяльності і 1,3 млн - у пост-виробничих [4].

Застосування інноваційних технологій, зокрема, роботів неоднозначно впливає на інститути сучасного ринку праці. У цих змінах можна виявити кілька тенденцій: зниження зайнятості і оплати праці робітників у сфері матеріального виробництва, зростання диференціації доходів, кореляцію між середнім віком працівників та використанням роботів в національній економіці. Більш явно застосування нових технологій впливає на поглиблення диференціації заробітних плат співробітників.

Таким чином, трансформації на світовому ринку праці відбуваються під впливом великої кількості макро- та мікроекономічних факторів, перш за все, це становлення цифрової економіки, масова роботизація виробництва, зміна векторів в процесі державного регулювання, зміна системи вищої освіти, що в цілому обумовлено здатністю інститутів ринку праці змінюватися відповідно до вимог часу. Зазначене знаходить свій відбиток в структурі ВВП (постійне скорочення частки матеріального виробництва, і, відповідно, зростання ролі сфери послуг), маємо якісне посилення ролі інформації в робочих процесах, радикальні зміни характеру праці під впливом процесу цифровізації, штучного інтелекту, роботизації, збільшення гнучкості ринку праці, збільшення тривалості робочої кар'єри та ін.

Література

1. Дикань В. Л., Островерх Г. Є. Удосконалення механізмів державного управління розвитком залізничної галузі України у євроінтеграційному векторі. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2018. № 62. С. 11-19.
2. Грішнова О. А., Азьмук Н. А. Развитие человеческого капитала и трансформация форм занятости: взаимовлияние и взаимообусловленность // Демографія та соціальна економіка. 2014. № 1 (21). С. 90-96.
3. Токмакова І. В. Сучасні аспекти формування ефективної системи

управління на підприємствах залізничного транспорту. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2013. № 42. С. 393 - 395.

4. Quality Metrics Predicting The Future Of Manufacturing. URL: <https://erpblog.iqms.com/5-quality-metrics-manufacturing/> (accessed: 15.09.2020).

УДК 311.450(075)

Третьяков О.В.,

доктор технічних наук, доцент,
професор кафедри медичних дисциплін та охорони здоров'я
Державна академія фізичної культури, Харків,

Доронін Є.В.,

кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри природоохоронних технологій,
екології та безпеки життєдіяльності
Національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків,

Бондаренко С.В.,

доцент кафедри підготовки офіцерів запасу
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Особливості розрахунку штучного освітлення з використанням світлодіодних ламп

На сьогодні в практичному використанні для забезпечення штучного освітлення усіх видів приміщень використовують: лампи розжарювання, галогенні лампи, компактні люмінесцентні лампи з перетворювачами живлення в цоколі та світлодіодні. Кожен з них має свої достоїнства та недоліки. Так, лампи розжарювання та галогенні споживають достатньо велику кількість електроенергії, що у свою чергу тягне за собою достатньо великі економічні витрати. Люмінесцентні або газорозрядні лампи не використовують такої кількості електроенергії, як попередні, мають значний ресурс роботи, дають значний світловий потік, але їх робоча частина заповнена парами ртуті, що ускладнює їх утилізацію. Кажучи про термін використання різних джерел світла необхідно зауважити, що лампи розжарювання служать близько 1000 годин, галогенні – 3-5 тисяч годин, люмінесцентні світильники – 10-12 тисяч годин, а світлодіодні – більше 20 тисяч годин. Тому використання світлодіодних ламп, які мають достатньо високий рівень світловіддачі та ресурс роботи, на сьогодні є актуальною задачею.

Метою даної роботи є висвітлення деяких особливостей розрахунку загального штучного освітлення з використанням світлодіодних ламп.

При розрахунку загального освітлення визначається кількість світильників, необхідних для забезпечення мінімального освітлення E_{min} , і потужність освітлювальної установки, необхідної для забезпечення в приміщенні нормованої освітленості.

При розрахунку освітленості приміщення світлодіодними світильниками

враховуються: освітленість робочої поверхні, геометричні розміри приміщення.

В залежності від призначення приміщення для нього діють свої норми освітленості. Деякі приміщення не потребують яскравого світла.

При розрахунку освітленості приміщення світлодіодними світильниками враховуються: освітленість робочої поверхні, геометричні розміри приміщення, на підставі якого розраховується індекс приміщення, який визначається за формулою:

$$i = \frac{l_{\text{п}} b}{H(l_{\text{п}} + b)}, \quad (1)$$

де $l_{\text{п}}$ – довжина приміщення вздовж осі прогонів, м;

b – ширина приміщення, м;

H – висота покрівлі над робочою поверхнею, м.

При розрахунку необхідної кількості світлодіодних світильників для забезпечення комфортного освітлення приміщення за формулою (2):

$$\Phi = E \cdot S \cdot Z, \quad (2)$$

де: E – стандартно прийнята норма освітленості в люксах (Лк);

S – площа приміщення, м²;

Z – коефіцієнт висоти стель, до 2,7 м $Z=1$, від 2,7 до 3 м $Z=1,2$, від 3 до 3,5 $Z=1,5$, від 3,5 до 5,5 $Z=2$.

розраховується світловий потік, необхідний для освітлення приміщення або робочого місця. Далі, знаючи потужність ламп та їх світловіддачу визначаються: кількість світлодіодних ламп та потужність освітлювальної установки.

Таким чином в роботі наведений основний методологічний підхід до розрахунку освітлювальної установки, в якості джерела світла якої використовуються світлодіодні лампи.

Література

1. Третьяков О. В., Доронін Є. В., Пономаренко Р. В., Безсонний В. Л. Основи охорони праці: підручник. Харків : ТОВ Планета-прінт, 2020. 588 с.
2. ДБН В.2.5-28:2018. Природне і штучне освітлення. Київ : Мінрегіонбуд України, 2018. 137 с.

УДК 315.200

Fainer A.I.,
candidate of technical sciences, associate professor,
Ulyanov N.V.,
candidate of physical and mathematical sciences, associate professor
Kharkiv national university of the Air Force

State and prospects of innovative development communications of the economy of Ukraine

Despite the active scientific research in this area of research, some important theoretical and methodological and applied principles of innovative development of enterprises have not yet received proper justification.

Thus, the purpose of the thesis is to consider the current state of the management system of innovative development of domestic enterprises [1].

The innovative type of economic development is increasingly becoming the foundation that determines the economic power of the country and its prospects in the world market. The main feature of the current distribution of forces in the world is a significant separation of the leading countries that create an "innovative enclave" in the world, from less powerful countries that are forced to depend entirely on the position of "active players". In the countries that are among the innovative leaders, there is a high concentration of the most profitable businesses (with the highest value added in the price of the product), mainly high-tech structure of national production, relocation of industrial and technological cycle of production, which are environmentally friendly, resource-intensive, concentration of the largest financial flows [2].

The deep systemic crisis that the Ukrainian economy has been experiencing for a long time, instability of management structures, frequent staff changes, insufficient funding of measures provided by law have negatively affected the content, consistency and effectiveness of innovation policy measures [3].

The impact of serious macroeconomic problems on Ukraine's economy has intensified:

- deflation, which occurs against the background of increasing key indicators of the domestic market and a significant increase in money supply;
- widening the gap between the NBU discount rate and rates on loans from commercial banks, which leads to an increase in real interest rates;
- deterioration of the situation in the fiscal sphere, growing shortcomings in the state budget;
- further growth of indebtedness of business entities, reduction of balances on their bank accounts;
- accelerating the outflow of foreign investment from Ukraine.

Ukraine has begun the process of economic transformation, having in general an extensive field of research and development, considerable experience in the development of innovations, especially in the field of energy and electrification, the production of a number of weapons, and some other areas. At the same time, the

technical level of basic branches of production - coal, ferrous metallurgy, food, many branches of mechanical engineering (for example, agriculture, production of equipment for the food industry, road transport equipment, instrument making, medical equipment) is outdated. Production in general was characterized by high energy and material consumption, significant use of manual labor.

Literature

1. Galchynsky, A. Formation of the investment model of economic growth of Ukraine / A. Galchynsky, S. Levochkin // Economy of Ukraine. - 2015 - №6. - P. 4-11.
2. Ilyashenko SM Innovative Development Management: A Textbook. - 2nd ed., Reworked. and ext. - Sumy: VTD "UniversityBook"; K.: Publishing House "Princess Olga", 2018. - 324 p.
3. Chervanev DM, Reykova LI Management of innovation and investment development of Ukrainian enterprises. - K.: TV "Knowledge", KOO, 2017. - 514 p.

УДК 303.02.01

Фісун К.А.,

доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри менеджменту та військового господарства,

Васютенко І.Г.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Оцінка потенціалу регіону і його складові

У науковій літературі автори наводять різні визначення оцінки поняття економічного потенціалу регіону. Увага акцентується не просто на економічному потенціалі, а на його регіональному напрямку, тобто враховуються регіональні особливості суспільного розвитку. Пропонується наступне визначення: економічний потенціал регіону - це сукупна здатність наявних у межах регіону економічних ресурсів забезпечити виробництво максимального можливого обсягу матеріальних благ і послуг, відповідно до потреб суспільства на даному етапі його розвитку.

Одним з найважливіших аспектів аналізу економічного потенціалу регіону (ЕПР) є оцінка спрямованості його розвитку для економічної ефективності функціонування всіх складових регіональної системи. Під ефективністю прийнято розуміти забезпечення найбільш високого при наявних ресурсах сукупного рівня добробуту населення регіону. Оцінка спрямованості розвитку ЕПР вимагає формулювання принципу агрегированого порівняння. Тому з точки зору методології системного аналізу економічний потенціал регіону необхідно розглядати як підсистему, що входить до соціально-економічної системи регіону.

Як відомо, будь-яка система визначається наявністю п'яти основних складових: множина показників вхідних параметрів, перетворення (системний

об'єкт), множина показників вихідних параметрів, зворотний зв'язок, обмеження щодо зовнішнього середовища. Для того, щоб досягтися ефективності функціонування системи (з точки зору обраного критерію) необхідно в системний об'єкт внести блок управління, який через керуючі впливи призводить би стан системи у відповідність зі значеннями запланованих показників цілей системи. На практиці залежність між керуючими впливами, показниками вхідних параметрів і значеннями факторів зовнішнього середовища є складною й частіше не піддається суворому формальному опису для систем соціально-економічного характеру. Системний аналіз допускає структурування ЕПР у будь-якому аспекті, який обумовлюється конкретною спрямованістю даного дослідження й наявністю необхідної інформації про системний об'єкт. Структуризація ЕПР залежить від прийнятого варіанту диференціації, "акцентів" планування стратегії розвитку регіонального утворення. Опис системного об'єкту і його поведінки залежить не тільки від властивості складових елементів, але й від їх взаємозв'язку, тобто від структури системи. Структура визначає внутрішню організацію системи, спосіб взаємозв'язку взаємодії елементів, що становлять систему. Структуризація системи визначається об'єктивними внутрішніми властивостями системи.

Цілісність як одна з основних категорій у теорії систем передбачає незвідність властивостей системи до суми властивостей складових її підсистем і невиводимість цілого із властивостей окремих частин.

Під структурою ЕПР розуміється внутрішня організація системи, спосіб взаємозв'язку та взаємодії складових, що визначають систему, при цьому структуризація об'єкта (регіону) визначається об'єктивними внутрішніми властивостями системи. Моделі суспільних соціально-економічних переваг і породжувані ними зв'язки між складовими ЕПР носять зовнішній стосовно цілей системи більш високого рівня характер. Вони вилучаються не тільки з умов і можливостей відтворювального процесу регіону, але й відображають завдання, поставлені суспільством перед багаторегіональною економічною системою, етичні принципи соціальної переваги. У сукупності цих принципів і завдань, як правило, виділяють два ключові компоненти, що становлять вимоги ефективності й соціальної справедливості.

УДК 303.02.01

Фісун К.А.,

доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри менеджменту та військового господарства,

Войтенко М.В.,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Обґрунтування сценарного підходу до розвитку регіону

Головна особливість моделювання розвитку регіональних процесів полягає в необхідності забезпечення прямого і зворотного зв'язку з об'єктами, явищами, процесами більш високого ієрархічного рангу. Якщо в моделі є тільки самий

загальний опис показників і їхніх взаємозв'язків, то це текстова модель. Якщо цим показникам і зв'язкам задаються кількісні значення, то на базі текстової моделі можна побудувати графічні, математичну або комп'ютерну моделі, що показують, як міняються показники (дані, змінні). Проблема полягає в сполученні якісних і кількісних даних при формуванні сценарного поведіння складних соціально-економічних систем розвитку регіонів України.

Прикладні особливості сценарного аналізу визначаються вихідною предметною областю, якою є соціально-економічна система. Процес розвитку регіональних ринків може бути представлений у вигляді функціонування соціально-економічної системи, що включає всі основні фактори регіону як системного об'єкта: економічний потенціал, соціальне забезпечення, організаційна структура, політичні аспекти, зовнішньоекономічні зв'язки й т.д. Одним з головних принципів у вирішенні соціальних і економічних проблем керування є моделювання повного циклу процесу прийняття і виконання рішень. Дослідження всіх частин системи в їхньому взаємозв'язку, опис динаміки її роботи, аналіз можливих станів у майбутньому визначають основні передумови здійснення ефективного планування в керуванні. Кожний суб'єкт господарювання розглядається як структурний елемент більш складної системи. При цьому виявляється роль кожного досліджуваного системного елемента в загальному процесі функціонування. Обов'язково присутнім є суб'єкт дії (керування). Висновки про ефективність керування досліджуваним об'єктом формулюються тільки після завершення всіх етапів процесу керування.

Сценарний аналіз може бути розглянутий як методологія формального аналізу альтернативних варіантів розвитку ситуації при заданих цільових і критеріальних установах в умовах ризику, коли виникає невизначеність безпосереднього формування конкретного плану проведення робіт або визначення спрямованості стратегії розвитку регіонального ринку. Мета сценарного розвитку соціально-економічних систем може мати як синергетичний ефект (моделювання поведінкових аспектів досліджуваної системи), так і атрактивний результат, що характеризує поведінку системного об'єкта відповідно до застосовуваних керуючих впливів. Пошук механізмів ефективного керування процесами структурних перетворень соціально-економічних систем регіонів є складним й у той же час важливим завданням на сучасному етапі розвитку економіки України. Важливість цього завдання визначається тим, що економічний потенціал регіонів країни істотно відрізняється. У цих обставинах потрібно знайти таку послідовність перехідних станів (сценарій розвитку) системи з одного структурного стану в інший, коли будуть виконані обмеження і умови мінімізації ризиків таких переходів. При цьому слід чітко розмежовувати внутрішні системні елементи (принципи їхнього опису) і зовнішні системні елементи. Вони визначаються в результаті аналізу реалізації поточних ситуацій, що виникають під впливом впливу регіональної організаційної структури і зовнішніх подій.

Етапи регіонального планування розвитку можна подати у вигляді наступної послідовності:

- первісна оцінка ринкових перспектив розвитку;

- аналіз напрямків розвитку з урахуванням економічного потенціалу регіону;
- вибір стратегії розвитку й формування регіональних бізнес-планів;
- контроль реалізації процесів розвитку й ступеня досягнення намічених цілей.

Треба враховувати більше широкий погляд на методологію сценарного підходу в плануванні - визначення його як системного інструмента стратегічного керування, включаючи використання всіляких методів соціальних і економічних наук. Існують деякі розходження в базових передумовах традиційного стратегічного планування і сценарного підходу.

Проте традиційна й сценарна парадигми не є антагоністичними й зовсім не розділені непереборною прірвою. У традиційних галузях з невисоким рівнем невизначеності при відносно невеликих строках планування цілком можуть використовувати традиційні методи стратегічного планування - SWOT-аналіз, матричні методи, аналіз п'яти сил М. Портера й т.д. Більше того, при формуванні бізнес-портфеля матричні методи можуть застосовуватися всередині сценарного підходу. Слід також відмітити, що "тверда" традиційна парадигма - це скоріш спрощення, зроблене в ілюстративних цілях. У реальній дійсності, навіть якщо стратегія розробляється в рамках даної парадигми, в ній також передбачаються способи моніторингу навколишнього середовища, хеджирування ризиків стратегічних виборів і можливість корегування стратегії, хоча це повністю не знімає її обмежень і проблем практичного характеру.

Сценарне планування особливо необхідне для тих випадків, коли регіони демонструють стратегію активного формування ринку, інноваційну стратегію. Побудову цільових планів в умовах "ризиків" найкраще здійснювати в рамках розроблених сценаріїв.

УДК 303.02.01

Фісун К.А.,

доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри менеджменту та військового господарства,

Кравченко Л.М.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Систематизація підходів до визначення корпоративного управління

Сьогодні у світі спостерігається тенденція до зміцнення підвалин регулятивної системи корпоративних відносин, створюються загальноприйняті принципи (стандарти), що лежать в основі ефективного корпоративного управління і можуть бути застосовані у широкому діапазоні правових, економічних та політичних умов. Поява загальноприйнятих стандартів корпоративного управління обумовлена передусім зростанням уваги до питань

корпоративного управління в умовах глобалізації фінансових ринків, лібералізації руху капіталу. Це спроба встановлення загальноприйнятих, прозорих і зрозумілих в усьому світі "правил гри" на фінансовому ринку. Розробка міжнародних стандартів корпоративного управління є також відповіддю суспільства на світові фінансові кризи і обумовлена прагненням до стабільності фінансових ринків. Адже якісне корпоративне управління є запорукою довіри інвесторів – як вітчизняних, так й іноземних – і сприяє налагодженню нормальної виробничо-господарської діяльності, створенню робочих місць, сплаті податків до бюджету, підвищенню прибутковості й довгострокової ефективності виробництва, зростанню вартості акцій.

Відтак, можна стверджувати, що реформування корпоративного управління стало невід’ємною компонентою сучасної світової економіки.

Сучасний розвиток корпоративного управління в Україні характеризується існуванням ряду проблем концептуального характеру, невизначеність в інтерпретації котрих значно ускладнює реалізацію стратегії розвитку національної моделі корпоративного управління.

На сьогодні не існує єдиного визначення корпоративного управління ні в зарубіжній, ні у вітчизняній науковій літературі. Досить поширеним залишається різне тлумачення сутності цієї концепції, тому необхідно розглянути й систематизувати різні підходи до визначення корпоративного управління.

Усебічне вивчення праць закордонних і вітчизняних учених показало, що практично всі вони зосереджені на проблемах створення і розвитку корпоративних відносин. Питання ж оцінки їхньої економічної ефективності відійшли на другий план, незважаючи на те, що традиційні методи оцінки економічної ефективності управління практично не придатні до акціонерних товариств. Отже враховуючи, що словосполучення «корпоративне управління» стало інтернаціональним і широко використовується не тільки в Україні, а і в країнах з давніми традиціями ринкової економіки, країнах СНД, Східної Європи, актуальність мають наукові дослідження, присвячені вирішенню концептуальних проблем корпоративного управління з урахуванням національних особливостей формування корпоративного сектора економіки. Тому важливим є систематизація і узагальнення сучасних підходів до визначення корпоративного управління з урахуванням національних особливостей і сучасного стану функціонування корпоративного сектору.

УДК 303.02.01

Фісун К.А.,
доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри менеджменту та військового господарства,
Нікіфоров С.В.,
здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Кластерні стратегії у розвитку регіону

На теперішній час підхід до регіонального розвитку, заснований на створенні регіональних і міжрегіональних кластерів усередині країни, все більш активно починає входити у практику планування в Україні. У ході своїх досліджень відомий фахівець в галузі стратегічного планування Майкл Портер визначив, що кластер - це група взаємозалежних компаній, що географічно сусідять (постачальники, виробники та ін.) і пов'язаних з ними організацій (освітні заклади, органи державного управління, інфраструктурні компанії), що діють у певній сфері та взаємодоповнюють один одного.

Вважається, що конкурентоспроможність країни слід розглядати через призму міжнародної конкурентоспроможності не окремих її фірм, а кластерів - об'єднань фірм різних галузей, причому принципове значення має здатність цих кластерів ефективно використовувати внутрішні ресурси. Система детермінант конкурентної переваги країн, що одержала назву "конкурентний ромб" (або "алмаз") за кількістю основних груп таких переваг включає:

- факторні умови (людські й природні ресурси, науково-інформаційний потенціал, капітал, інфраструктура, у тому числі фактори якості життя);
- умови внутрішнього попиту (якість попиту, відповідність тенденціям розвитку попиту на світовому ринку, розвиток обсягу попиту);
- суміжні й обслуговуючі галузі (сфери надходження сировини й напівфабрикатів, сфери надходження устаткування, сфери використання сировини, обладнання, технологій);
- стратегія та структура фірм, внутрішньогалузева конкуренція (цілі, стратегії, способи організації, менеджмент фірм, внутрішньогалузева конкуренція).

Майкл Портер проаналізував конкурентні можливості більше 100 галузей у десяти країнах. Найбільш конкурентоспроможні транснаціональні компанії, звичайно, не розкидані безсистемно різними країнами, а мають тенденцію концентруватися в одній країні, а часом навіть в одному регіоні країни. Це пояснюється тим, що одна або кілька фірм, досягаючи конкурентоспроможності на світовому ринку, поширює свій позитивний вплив на найближче оточення: постачальників, споживачів і конкурентів. А успіхи оточення, в свою чергу, впливають на подальше збільшення конкурентоспроможності даної компанії.

Як підсумок, формується "кластер" - співтовариство фірм, тісно зв'язаних галузей, що взаємно сприяють збільшенню конкурентоспроможності один одного. Для всієї економіки держави кластери виконують роль крапок зростання

внутрішнього ринку. За першим часто утворюються нові кластери, і міжнародна конкурентоспроможність країни в цілому збільшується. Вона тримається саме на сильних позиціях окремих кластерів, тоді як поза ними навіть найрозвиненіша економіка може давати тільки посередні результати. У кластері вигода поширюється в усіх напрямках зв'язків.

Згодом, ефективно діючі кластери стають причиною великих капіталовкладень і пильної уваги уряду, тобто кластер стає чимось більшим, ніж проста сума окремих його частин. Центром кластера найчастіше буває кілька потужних компаній, при цьому між ними зберігаються конкурентні відносини. Цим кластер відрізняється від картелю або фінансової групи. Концентрація суперників, їх покупців і постачальників сприяє збільшенню ефективної спеціалізації виробництва. При цьому кластер дає роботу й безлічі дрібних фірм і малих підприємств. Крім того, кластерна форма організації приводить до створення особливої форми інновації - "сукупного інноваційного продукту". Об'єднання в кластер на основі вертикальної інтеграції формує не спонтанну концентрацію різноманітних наукових і технологічних винаходів, а певну систему поширення нових знань і технологій. При цьому найважливішою умовою ефективної трансформації винаходів в інновації, а інновацій у конкурентні переваги є формування мережі сталих зв'язків між усіма учасниками кластера.

Ось чому в низці країн в останні десятиліття набули таке значення ефективні "кластерні стратегії", які будуються на центрах ділової активності, що вже довели свою силу й конкурентоспроможність на світовому ринку. Уряди концентрують зусилля на підтримці існуючих кластерів і створенні нових мереж компаній, що раніше не контактували між собою. Держава при цьому не тільки сприяє формуванню кластерів, а й сама стає учасником мереж, кластерні стратегії широко використовуються в країнах Європи. На цей час експертами описані основні характеристики кластерів, на комбінації яких базується вибір тієї чи іншої кластерної стратегії: географічна - побудова просторових кластерів економічної активності, починаючи з суто місцевих до справді глобальних (аерокосмічний кластер); горизонтальна - кілька галузей /секторів можуть входити в більший кластер; вертикальна - в кластерах можуть бути присутніми суміжні етапи виробничого процесу. При цьому важливо, хто саме з учасників мережі є ініціатором і кінцевим виконавцем інновацій у рамках кластера; латеральна - у кластер поєднуються різні сектори, які можуть забезпечити економію за рахунок ефекту масштабу, що призводить до нових комбінацій (наприклад, мультимедійний кластер); технологічна - сукупність галузей, що користуються однією й тією ж технологією (як, наприклад, біотехнологічний кластер); фокусна - кластер фірм, зосереджених навколо одного центра - підприємства, НДІ або навчального закладу; якісна: тут суттєве не тільки питання про те, чи дійсно фірми співробітничують, а й те, яким чином вони це роблять (мережа далеко не завжди автоматично стимулює розвиток інновацій).

Кластерний підхід, початково використовуваний у дослідженнях проблем конкурентоспроможності, згодом став застосовуватися при вирішенні все більш широкого кола завдань, зокрема : при аналізі конкурентоспроможності держави, регіону, галузі; як основа загальнодержавної промислової політики; при розробці

програм регіонального розвитку; як основа стимулювання інноваційної діяльності; як основа взаємодії великого й малого бізнесу.

Саме у розвитку кластерної стратегії регіону лежить програмування розвитку малого й середнього бізнесу, об'єднаного спільною територією, економічними зв'язками, правовим простором, спільним відкритим інформаційним середовищем.

УДК 303.02.01

Фісун К.А.,

доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри менеджменту та військового господарства,

Ратушняк К.І.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Особливості доходного підходу до оцінки бізнесу

Основними джерелами інформації, що використовуються для оцінки вартості акціонерного товариства методами доходного підходу, є:

1. Бухгалтерська звітність, аудиторські висновки, дані бухгалтерського обліку, зокрема інформація про розмір дивідендів, що виплачувались товариством, інформація про інвестиційні проекти, що реалізуються, інша інформація про фінансові й виробничі показники акціонерного товариства за минулі звітні періоди.

2. Бізнес-плани, а також інші документи акціонерного товариства

3. Результати анкетування і проведення інтерв'ю з керівництвом, адміністрацією акціонерного товариства, відповіді на запити експерта.

4. Інформація про економічну ситуацію і тенденції розвитку галузі.

5. Інформація про економічну ситуацію і тенденції розвитку регіону.

6. Інформація про ризики, пов'язані з діяльністю акціонерного товариства.

7. Інформація про котирування акцій і мінливості курсу акцій акціонерного товариства, що оцінюється.

8. Інформація про макроекономічну ситуацію в економіці і тенденції її розвитку.

Основними методами доходного підходу є метод прямої капіталізації доходу та метод непрямой капіталізації доходу (метод дисконтування грошового потоку).

Вибір методів оцінки при цьому залежить від наявності інформації щодо очікуваних (прогнозованих) доходів від використання об'єкта оцінки, стабільності їх отримання, мети оцінки, а також виду вартості, що підлягає визначенню.

Перевагою доходного підходу є урахування доцільності сумісного використання комплексу активів підприємства порівняно з окремим їх

використанням, а також ефективність використання акціонерного і залученого капіталу. Складність і обмеженість застосування доходного підходу полягає в необхідності прогнозування грошових потоків з урахуванням ймовірності похибки при визначенні ризиків бізнесу, вартості капіталу за елементами, темпів росту грошових потоків у постпрогнозному періоді.

Процедурно оцінка бізнесу за доходним підходом включає: підготовку фінансової звітності акціонерного товариства, що оцінюється, зокрема актуалізацію і нормалізацію звітності; на основі ретроспективного аналізу фінансового-господарської діяльності акціонерного товариства визначення перспективних оцінок величини грошових потоків товариства; розрахунок ставки дисконтування або коефіцієнта капіталізації залежно від вибраного методу і показника грошового потоку; розрахунок вартості бізнесу шляхом трансформації майбутніх грошових потоків у теперішню вартість на дату проведення оцінки, використовуючи методи дисконтування або капіталізації.

Оцінювання методами доходного підходу передбачає дотримання таких умов:

1. Перспективна величина показника доходу повинна визначатися, виходячи з минулих результатів діяльності акціонерного товариства, перспектив його розвитку, а також галузевих і загальноекономічних факторів.

2. Ставка дисконтування або капіталізації повинна відповідати вибраному показнику грошового потоку, зокрема: ставка дисконтування або капіталізації повинна враховувати структуру капіталу, інвестованого в бізнес: грошові потоки на власний капітал необхідно зіставляти з ціною власного капіталу, грошові потоки на інвестований капітал з середньозваженою ціною капіталу; номінальні (в цінах майбутніх періодів) грошові потоки необхідно зіставляти з номінальними ставками, реальні (в цінах базисного періоду) грошові потоки - з реальними ставками.

УДК 303.02.01

Фісун К.А.,

доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри менеджменту та військового господарства,

Тищенко С.Ю.,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Фактори, що впливають на ефективність менеджменту підприємств

В дослідженнях економістів London School of Economics і компанії McKinsey проведених в 2018 році (McKinsey/LSE analysis) необхідно виділити головні фактори, що впливають на ефективність менеджменту підприємств. Вони в остаточному підсумку й будуть визначати рівень якості управлінського середовища регіону.

Автори досліджень роблять висновок, що поліпшення роботи залежить тільки від самої компанії, а не від країни, в якій вона перебуває, і вважають це гарною новиною для керівників підприємств. Як стверджують автори дослідження, збільшення перерахованих вище фінансових показників відбувається незалежно від країни, сектора економіки чи розмірів компанії, якщо підвищувати якість управління. Адже поліпшення ефективності здебільшого перебуває в руках топ-менеджерів, і місцезнаходження компанії або законодавча база не можуть перешкодити впровадженню передових технологій в управління організацією.

Економісти підрахували, що від місцезнаходження компанії залежить тільки 2% від усієї суми балів за управління. Від підгалузі, у якій працює фірма, і умов, що існують у країні для цієї галузі, залежить 42%, інші 58% успіху - від вибору менеджерами методів і способів управління.

Для виміру рівня конкуренції автори використовували три основні показники: рівень прибутковості в галузі; ступінь проникнення імпорту (частина імпорту в загальних продажах даного продукту в країні); кількість конкурентів.

Близько 48% опитаних компаній вважають, що мають більше 5 конкурентів, від 1 до 5 компаній, що виробляють аналогічний продукт, нарахували 51% опитаних. І тільки 1% компаній працює в тепличних умовах - конкурентів немає взагалі або є тільки один. Тому, вивчаючи в основному компанії, що працюють у конкурентному середовищі, автори прийшли до цікавих висновків. Так, згідно з економічною теорією, конкурентне середовище впливає на підприємство двома шляхами. По-перше відбувається селекційний відбір, коли в боротьбі виживає найсильніший. По-друге, в умовах жорсткої конкуренції менеджери працюють старанніше, наприклад, більше часу проводять на роботі. І не тільки менеджери, а увесь персонал. Однак, порівнявши теорію з реальністю, дослідники одержали несподівані результати. Насамперед виявилось, що години роботи у компаній з галузей із низьким і високим рівнем конкуренції суттєво не відрізняється. Отже, конкуренція не змушує працювати більше, вона змушує працювати якісніше. Селекційний відбір також працює вибірково й найбільше виявляється в галузях з високим рівнем конкуренції. Чим більш конкурентне середовище, у якому працює компанія, тем вище загроза витіснення з ринку. Відвести цю погрозу компанія може, поліпшуючи якість менеджменту.

Із цього слід зробити висновок, що:

- конкурентне середовище стимулює впровадження менеджерами прогресивних інструментів управління;
- компанія з поганим управлінням буде жити не довше 15 років незалежно від рівня ринкової конкуренції;
- чим складніше звільнити або прийняти на роботу співробітника, тем менше стимулів у менеджерів ефективно управляти;
- законодавчі бар'єри для іноземних компаній перешкоджають поширенню передових технологій керування компанією;
- компанії з якісним управлінням залучають більш освічених і вмілих як фахівців, так і топ-менеджерів;

- компанії з якісним менеджментом працюють не більше - вони працюють продуктивніше;

- у середньому на п'ятому році життя фірми "втомлюються", і якість менеджменту стрімко падає, ця стагнація може тривати досить довгий період.

УДК 631.11:658

Фоменко В.Є.,

здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії,

Хромова А.В.,

здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва, Харків,

Умови забезпечення та підвищення ефективності виробництва сільськогосподарської продукції

Підвищення ефективності виробництва є найбільш ключовим питанням, що постає перед аграрною політикою України сьогодні. Недостатній рівень ефективності, стабільності та ефективності зерновиробництва створює перешкоди на шляху формування повнокровного внутрішнього ринку продукції рослинництва та продуктів його переробки, унеможлиблює розширення участі України на зовнішніх ринках. Вирішення цієї проблеми має виражений регіональний характер, оскільки, останнім часом, на кожну область України покладається все більша відповідальність за врожай.

Важливе значення у зростанні ефективності агропромислового виробництва має подальше забезпечення підвищення ефективності сільськогосподарської продукції. Поряд з цим конкурентоспроможність в умовах ринкової економіки набуває особливої актуальності в результаті відкритості нашої економіки та зростання конкуренції на ринку. Основними показниками, що характеризують рівень ефективності продукції, є її якісні характеристики, собівартість, ціна реалізації.

Показники якості продукції як складові її ефективності забезпечують товаровиробнику переваги в конкурентній боротьбі та є головним критерієм для покупця. Особливо важливого значення це набуває у зв'язку з розширенням сфери впровадження нових енергозберігаючих технологій виробництва сільськогосподарської продукції, якість якої в Україні, як свідчать результати досліджень, значно погіршується [1].

У сучасних умовах розвитку ринкових відносин підприємства сільського господарства України функціонують у складній економічній ситуації. Загострення конкуренції з боку іноземних товаровиробників та відсутність розвинених ринків збуту позначаються на розвитку та функціонуванні цих підприємств. Боротьба підприємств за ринки збуту вважається основною рушійною силою в сучасній системі господарювання, а забезпечення ефективності підприємств на внутрішніх та зовнішніх ринках - запорукою успішної діяльності держави. Саме тому дослідження та оцінка механізму ефективності підприємств в умовах ринкової

трансформації економіки є достатньо актуальною проблемою на сучасному етапі розвитку економіки країни. З метою удосконалення економічних відносин на вітчизняному ринку зерна, збільшення його виробництва і товарних ресурсів [2].

Виробництво продукції рослинництва в Україні традиційно належить до стратегічних галузей розвитку не тільки сільського господарства, а й усього народногосподарського комплексу країни [3-8]. Поряд з цукробуряковим та зерновими підкомплексами олійне господарство відноситься до основних пріоритетів розвитку агропродовольчого сектора економіки держави, є важливим джерелом прибутковості сільськогосподарських підприємницьких структур. Зумовлено все це наявністю сприятливих ґрунтово-кліматичних умов для вирощування.

Література

1. Про невідкладні заходи щодо стимулювання виробництва та розвитку ринку зерна. Указ Президента України від 29 червня аграрної політики//Закон України від 18.10.2005.р // Сільський час. - 2005. - № 47.
2. Лайко П.А. Підвищення якості продовольчих ресурсів / П.А. Лайко, Т.Д. Іщенко // Економіка АПК. – 2005. - № 4. – С. 16.
3. Яровий Г.І. Економічна та енергетична ефективність вирощування капусти цвітної за різних способів живлення при краплинному зрошенні / Г.Я. Яровий [та ін.] // Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки» : зб. наук. пр. / Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Харків : ХНАУ, 2019. – №3. – С. 285-299.
4. Пономарьова М.С. Особливості управління в галузі рослинництва в умовах ринкових перетворень / М.С. Пономарьова, А.С. Фесенко // Міжнародна науково-практичній конференції фундаментальні та прикладні проблеми підприємницької діяльності в аграрному секторі. -Х.: 23 – 24 квітня 2015 р. С. 65-68. 338 с
5. Пономарьова М.С., Мещеряков В.Є., Романова Т.А. Оцінка можливостей та визначення напрямів підвищення економічної ефективності виробництва продукції рослинництва /М.С. Пономарьова, В.Є. Мещеряков, Т.А. Романова // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія „Економічні науки”. № 4. 2019 .С. 109-119.
6. На допомогу городникам / [Вітанов О.Д., Могильна О.М., Терьохі- на Л.А. та ін.]. Вінниця, ТОВ «ТВОРИ», 2020. 64 с.
7. Насінництво овочевих рослин: навчальний посібник / за ред. О.Д. Вітанова. 2-е вид. Доп. І перероб. Вінниця: ТОВ «ТВОРИ», 2018. 254 с
8. Енергоефективна технологія вирощування насіння буряка столового: монографія / за ред. О. Д. Вітанова, О. М. Могильної, О. В. Романова – Вінниця : ТОВ «Нілан» ЛТД, 2020. – 275 с.

Черкашина М.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
завідувачка кафедри менеджменту та військового господарства,
Ісаєв А.В.,
здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня факультету логістики
Національної академії Національної гвардії України, Харків

Оцінка управління процесом обслуговування на підприємстві

Управлінська діяльність є специфічним різновидом трудового процесу і для неї є характерними всі притаманні йому елементи. Принципи управління підприємством, і зокрема процесом обслуговування в ресторанах, визначають вимоги до системи, структуру організації процесу управління.

Найважливішим завданням менеджменту у ресторанному бізнесі є організація виробництва та надання послуг високої якості з урахуванням інтересів споживачів.

Дослідження управління процесом обслуговування, його особливості та ефективність проводилися за матеріалами ресторану, що розташований в центрі міста.

У ресторані організація споживання продукції супроводжується процесом обслуговування, який є однією з найважливіших сторін діяльності ресторану. В процесі обслуговування продукцію, яка виготовлена на підприємстві, доводять до споживача і водночас створюються умови для її споживання. Обслуговування споживачів поєднується з організацією відпочинку.

За проведеними дослідженнями економічних показників діяльності підприємства можна відмітити активну і результативну діяльність закладу. Про це свідчать цілий ряд показників економічної діяльності, таких як товарообіг, товарообіг по продукції власного виробництва, прибуток, рентабельність за період з 2017 по 2019 рік тощо.

Найбільш важливий ресурс в дослідному підприємстві, як і в будь-якому ресторані взагалі – його кадри, оскільки поведінка і робота працівника впливають на якість надання послуг.

Кожен працівник в ресторані знає, що основне в процесі обслуговування – задоволення гостей від відвідування ресторану.

За результатами миттєвих спостережень протягом робочого дня за двома офіціантами та адміністраторами дійшли висновку, що до самого процесу обслуговування всі офіціанти та обслуговуючий персонал відносяться з великою увагою і чіткістю, щоб всі відвідувачі відчували себе бажаними гостями в цьому ресторані. Проте кількість відвідувачів є незначною і відповідно до цього зала ресторану використовується не на повну потужність, але при такій малій завантаженості залу, офіціанти більшість часу зайняті і мають порівняно не великі проміжки часу для вільного часу.

Проаналізувавши результат ефективності управління функціональним

підрозділом, керівництву підприємства доречно відкоригувати організацію роботи зав. виробництва. При цьому потрібно звернути особливу увагу на найнижчі бали роботи керівника, визначені працівниками за зазначеними у таблиці критеріями оцінки, оскільки вони є найбільш наближеними до об'єктивних.

Щоб удосконалити саму систему управління процесом обслуговування в ресторані, слід більшу увагу приділити мотивації працівників, можливостям їх кар'єрного росту, психологічному клімату в колективі, а також підвищенню кваліфікації персоналу і слідкувати за тим, щоб перед працівниками не ставилися суперечливі завдання і цілі, та звести до мінімуму резерв нереалізованих можливостей персоналу.

УДК 658

Черкашина М.В.,

кандидат економічних наук, доцент,
завідувачка кафедри менеджменту та військового господарства,

Косенко В.В.,

здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня факультету логістики
Національної академії Національної гвардії України, Харків

Вдосконалення організаційної структури управління підприємством

Метою дослідження є узагальнення думки багатьох дослідників організаційних структур та виділення чинників, що сприяли їх розвитку і удосконаленню. Завдання дослідження полягали в аналізі організаційної структури управління дослідного підприємства та формування пропозицій щодо вдосконалення організаційних структур управління підприємством у сучасних умовах господарювання.

Проблемам ефективного управління присвячені наукові праці Рюєгг-Штюм Й., Райзберг Б. А., Друкер П. Ф., Осовської Г.В., Саблука П.Т., Седікова І.О., Шегда А.В. Але незважаючи на вагомі здобутки, залишається невизначеним питання залежності ефективного функціонування підприємства від виду існуючої організаційної структури управління, взаємозв'язок між організаційною структурою управління підприємством та результатами його фінансово-господарської діяльності, що ускладнює процес прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо функціонування та розвитку підприємства в сучасних умовах господарювання, а це, в свою чергу, обумовило актуальність обраної теми досліджень.

Процес вдосконалення організаційної структури управління спирається на визначення цілей проектування, етапу аналізу, етапу планування та етапу реалізації і контролю.

Оптимальний варіант удосконаленої організаційної структури має бути адекватним існуючій моделі організаційної структури та сприяти зниженню рівня

ризик, а також пов'язаних із ним зайвих витрат коштів у практичній діяльності підприємства.

В результаті проведених досліджень дійшли висновку, що заходи з вдосконалення організаційної структури управління дають віддачу у вигляді збільшення обсягів виробництва, надання послуг та якості готової продукції та послуг за рахунок підвищення якості організаційної структури управління, застосування нових підходів до організації і управління, організаційної культури, привабливості для співробітників, зменшення ризиків.

В ході дослідження використані методичні рекомендації щодо оцінювання ефективності вдосконаленої організаційної структури підприємства.

Таким чином, проведено оцінювання економічного ефекту від вдосконалення організаційної структури управління підприємства та визначена окупність запропонованих заходів, що дає можливість зробити висновки щодо доцільності реалізації пропозицій.

УДК 331.1

Черкашина М.В.,

кандидат економічних наук, доцент,

завідувачка кафедри менеджменту та військового господарства,

Скриль А.А.,

здобувачка вищої освіти другого (магістерського) рівня факультету логістики

Національна академія Національної гвардії України, Харків

Формування корпоративної культури як чинник успішного розвитку

У сучасних умовах, коли персонал стає основним ресурсом організації, дуже важливого значення набуває діяльність кожного члена колективу. Серед чинників, що сприяють трудовій активності працівників або, навпаки, що перешкоджають цьому, важливу роль грає їхні міжособистісні відносини. Тому сучасне керівництво організації прагне до зміцнення внутрішніх комунікацій для підвищення ефективності праці, що в свою чергу вимагає розвитку в організації корпоративної культури.

Корпоративна культура є в кожній організації. Проте, вона може знаходитися в зародковому стані й, отже, не відігравати провідної ролі в організаційному управлінні.

Корпоративна культура дослідного підприємства почала розроблятися з його відкриттям. Розуміння ведення даного виду бізнесу було, але це треба було чітко сформулювати, скласти проект по впровадженню в організацію і донести до кожного співробітника.

Корпоративна культура дослідного підприємства включає місію, філософію підприємства, девіз, кодекс поведінки, зобов'язання по відношенню до персоналу. З цими умовами знайомляться і працівники, які приходять влаштовуватися на підприємство.

Розробка корпоративної культури проходила довго, виникали проблеми у впровадженні, але професіоналізм і цілеспрямованість керівництва зробили свою справу. В даний час підприємство славиться висококваліфікованим персоналом, бездоганним сервісом, стабільністю якості продукції, а також високим рівнем лояльності гостей до закладу. За статистикою, відомо, що 90% відвідувачів - це постійні гості. Такому ефективному результату послужила грамотно побудована політика по відношенню до підприємства.

Необхідність застосування тимбілдингу в процесі ефективного розвитку колективу будь-якого підприємства зумовлена багатьма факторами і, насамперед, це пов'язано з тим, що міжособистісні стосунки в групах досить суттєво впливають на рівень ефективності роботи колективу в цілому і, відповідно, це впливає і на кінцевий результат діяльності підприємства.

Одним з основних завдань у формуванні культури є організація навчання персоналу. Для цього існують спеціальні учбові центри, які пропонують актуальні програми підвищення кваліфікації робітників у сфері ресторанного бізнесу.

Хоча все вище перелічене не виключає можливості навчання персоналу на базі самого підприємства ресторанного господарства. Більш того, така форма в дослідному підприємстві існує і базується на специфіці даного закладу, враховуючи організаційну культуру та особливості взаємовідносин у колективі. На підприємстві навчання персоналу ділиться на дві частини: теоретичну і практичну. В основному посилене навчання отримують співробітники контактної зони, оскільки від якості роботи саме цих людей буде в кінцевому підсумку залежати враження відвідувача і його бажання знову зайти в заклад.

Але існуюча культура потребує все ж таки подальшого розвитку і найбільш ефективною формою вдосконалення є тренінги. Вибір тематики залежить від професійної підготовленості співробітників та від цілей, які ставить керівництво перед персоналом.

На дослідному підприємстві пропонуємо застосувати психологічний тренінг «Формування сприятливого психологічного клімату в колективі»

Мета тренінгу: згуртування колективу, розвиток комунікативних навичок, емоційної стійкості, впевненості в собі, доброзичливого ставлення один до одного.

Виконуючи вправи тренінгу, працівники навчаються розуміти один одного. Даний тренінг змотивує їх до самовдосконалення, рефлексії, оволодіння механізмами комунікативної компетентності.

Досліджені взаємозв'язки між корпоративною культурою організації та розвитком персоналу дають змогу надалі будувати ефективнішу систему розвитку персоналу, спираючись на організаційну культуру, цінності, пріоритети, правила і норми поведінки, ідеали, які існують у цій компанії, а також зважаючи на зростання значення соціально-культурного фактора для сучасного суспільства формувати організаційну культуру організації за допомогою ефективною системи управління персоналом загалом і розвитку персоналу зокрема.

Черкашина М.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
завідувачка кафедри менеджменту та військового господарства,
Харковенко В.В.,
здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Вдосконалення операційної стратегії підприємства

Поняття операції має на увазі щоденну діяльність по перетворенню ресурсів. Стратегія ж - це те, що стосується досить віддалених перспектив. Тому операційна стратегія визначається як це складова частина загального процесу планування, що забезпечує відповідність операційних завдань стратегічним установкам.

За допомогою операційної стратегії операційний менеджмент визначають спосіб і рівень використання ресурсів (інфраструктури, виробничих потужностей і т.д.) організації.

Внутрішні чинники, що впливають на операційну стратегію, пов'язані з головною операційною функцією організації. Їх можна розділити на чотири взаємопов'язані групи.

1) Виробничі потужності організації. Операційна стратегія виражається в прийнятті рішень, що дають напрямок розробки виробничих процесів і адаптації інфраструктури, необхідної для їх підтримки.

2) Технологічні фактори. Розробка виробничих процесів включає вибір технологій виробництва та управління, їх відпрацювання і настройку, складання тимчасових графіків, визначення технологій управління логістичними процесами, а також способів їх моніторингу та поточної оптимізації.

3) Фінансові чинники. Автоматизація процесів або застосування людської праці відчуває на собі вплив безлічі чинників, але найбільш важливим з них є готовність організації до вкладень коштів у розвиток операційної системи.

4) Фактори, що мають відношення до людських ресурсів. Визначення методів системи оплати праці, стимулювання і мотивації, а також організації операційної функції організації.

Проведений нами аналіз діяльності дослідного підприємства, свідчить, що підприємство отримало позитивний фінансовий результат за підсумками роботи 2019р., але якщо керівництво підприємства не буде вживати ніяких заходів щодо збільшення обсягів продаж, стимулювання товарообігу, підприємство може втратити свої позиції на ринку. Головним і вирішальним заходом щодо подолання такої ситуації, на нашу думку, повинне бути формування служби з постачання, що складається із спеціалістів – менеджера з постачання та логіста досить високої кваліфікації, який буде займатися безпосередньо пошуком та залученням нових клієнтів, розповсюдженням інформації про діяльність підприємства (рекламою), організацією доставки їжі, удосконаленням комунікативних зв'язків підприємства

і буде підзвітним менеджеру з постачання.

Подальший розвиток та вдосконалення операційної діяльності підприємства потребує застосування певних змін.

Такими змінами в операційній діяльності може стати організація доставки їжі зі свого закладу.

Різні канали просування послуг надає можливість зберегти цільову групу людей, які хочуть спробувати блюдо з ресторанного закладу, але не хочуть нікуди йти.

Ефективність служби доставки залежить від просування самої послуги, що забезпечить потік замовлень, і чіткого дотримання термінів виконання цієї послуги.

Нарощування складності організації виробничого процесу на підприємстві потребує реконструкції управління, його розвитку з випередженням.

УДК 313.000

Чухлата Ж.Г.,

старший викладач кафедри менеджменту та військового господарства,

Комісар В.В.,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Заходи оптимізації маркетингової діяльності підприємства

Розробка маркетингових заходів та координація маркетингової діяльності в цілому є необхідними для економічного процвітання підприємства харчування. Маркетингова діяльність допомагає вирішити та вивчити наступні види питань: визначення факторів зовнішнього середовища, які є перешкодами та можливостями для компанії; аналіз споживачів, їх характеристик, які допомагають їм приймати рішення щодо купівлі того чи іншого товару; розробка концепції створення нових продуктів та вдосконалення старих; планування продажів; формування попиту за допомогою використання комплексу маркетингових інструментів; ведення цінової політики; тощо.

Розглянуто заходи оптимізації маркетингової діяльності підприємств сучасних умовах. Проаналізовано ключові аспекти проведення маркетингових досліджень.

В сучасних ринкових умовах кожне підприємство харчування зацікавлено в ефективному управлінні своєю маркетинговою діяльністю. Зокрема, йому необхідно знати, як аналізувати ринкові можливості, підбирати необхідні цільові ринки, розробляти ефективний комплекс маркетингу і успішно управляти втіленням у життя маркетингових заходів.

Результати аналізу літературних джерел [1-3] свідчать про наявність розгляду проблем маркетингового дослідження заходів підприємства харчування.

Метою дослідження є аналіз специфіки підвищення ефективності

маркетингових заходів підприємств харчування.

Діяльність підприємств харчування є одним з найважливіших факторів, що дають інтегральну оцінку соціально-економічного рівня суспільства і розуміння його стану необхідно для формування перспективних планів як для представників галузі, так і для організацій, що здійснюють нагляд за об'єктами цієї галузі.

Для здійснення своєї діяльності підприємство харчування має розпоряджатися певними матеріальними, трудовими і фінансовими ресурсами та засобами. Планомірне комбінування і використання цих факторів виробництва, організація виготовлення та реалізації продукції (надання послуг) є основою отримання доходу (прибутку), досягнення цілей підприємства та задоволення економічних інтересів його власників [2].

Специфіка підприємства харчування справляє значний вплив на маркетинг:

- наявність на підприємстві одразу і виробництва і послуг;
- відсутність повноцінного маркетингового центру на більшості підприємств цієї сфери, за виключенням великих харчових холдингів, і, як наслідок, чітко спланованої програми здійснення маркетингу.

Таким чином, в даному дослідженні проаналізовані та визначені основні заходи оптимізації маркетингової діяльності підприємства.

Подальшим напрямком даного дослідження можуть стати методика підвищення ефективності маркетингових заходів підприємства харчування.

Література

1. Новікова І.В. Маркетинг сфери послуг / І.В. Новікова. - К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2014. - 72 с.
2. Павленко А.Ф. Маркетинг: Підручник / А.Ф. Павленко, І.Л. Решетникова, А.В. Войчак. – К.: КНЕУ, 2018. – 600 с.
3. Парсяк В.Н. Маркетинговые исследования / В.Н. Парсяк, Г.К. Рогов. – К.: Наукова думка. – 2019. – 174 с.

УДК 331.108

Шаповал О.А.,

кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та військового господарства
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Теоретичні основи механізму управління персоналом підприємства

У роботі розглянуто концепцію управління персоналом підприємства в системі кадрового менеджменту. Проаналізовано управління персоналом як діяльність організації, яка спрямована на ефективне використання людей (персоналу) для досягнення цілей як організації, так і індивідуальностей (особистих). Визначено поняття «менеджмент персоналу», «управління

персоналом», «концепція управління персоналом».

Метою роботи є опрацювання теоретичних основ і відповідного методологічного підходу та практичних настанов стосовно створення адаптованого до ринкової специфіки механізму управління персоналом організації.

Галузь діяльності організації, яка спрямована на корисне задіяння працівників для досягнення цілей як компанії, так і приватних (особистісних), називається управління персоналом.

Отже, термін «управління персоналом» має два головних кути зору, а саме функціональний та організаційний. До найважливіших складових частин управління персоналом у функціональному аспекті можна віднести:

- окреслення загальної філософії кадрового управління;
- планування необхідної кількості кадрового складу компанії з урахуванням працівників, що вже є в наявності;
- залучення, відбір та оцінювання персоналу;
- вдосконалення фаху працівників та їх перепідготовку;
- управління кар'єрою;
- усунення персоналу;
- будову та створення робіт, зокрема влаштування робочих місць, робочих і технологічних комунікацій між ними, змісту та поетапності виконання робіт, умов праці;
- правила формування заробітної платні та надання портфеля соціальних послуг;
- керування видатками на персонал.

Управління персоналом в організаційному сенсі охоплює всіх робітників, а також усі структурні підрозділи та організації, що відповідають за роботу з персоналом.

Слід зазначити, для того щоби кадровий менеджмент був дієвим, на підприємстві дотримуються таких передумов:

- застосовують індивідуальне планування кар'єрної траєкторії кожного працівника, підготовку та перепідготовку кадрів, активізацію фахового зростання та ротацію кадрів;
- дотримуються еластичних систем організації робіт, створюють незалежні робочі групи;
- порядок оплати труда формується на засадах з огляду на особистий внесок та рівень професійної компетентності робітників;
- застосовується високий ступінь участі працівників і робочих груп у виробленні та прийнятті управлінських рішень;
- широко практикується делегування повноважень підлеглим.

Отже, специфічний набір основних правил, канонів, норм і цілей роботи з працівниками, що конкретизовані з урахуванням типів організаційної стратегії, організаційного й кадрового потенціалу, а також типу кадрової політики, є менеджментом персоналу.

Література

1. Шаповал О., Коробко А. Систематизація теоретичних аспектів мотивації праці персоналу підприємства. *Причорноморські економічні студії*. 2018. № 33. С. 137–140.
2. Шаповал О. Управління персоналом : навчальний посібник. Харків: НАНГУ, 2015. 295 с.
3. Шегда А. Менеджмент : підручник. Київ : Знання, 2004. 687 с.
4. Хміль Ф. Основи менеджменту : підручник. Київ : Академвидав, 2003. 608 с.
5. Бланк І. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник. Київ : Ельга, 2004. 655 с.

УДК 331.108

Шаповал О.А.,

кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та військового господарства,

Бондар Д.А.,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету логістики,
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Сучасні підходи до ефективності використання трудових ресурсів

У роботі розглянуто сутність поняття «ефективність персоналу». Проаналізовано сучасні підходи до ефективності використання трудових ресурсів.

Метою роботи є дослідження сутності та сучасних підходів до ефективності використання трудових ресурсів.

Доведено, що головним елементом всієї системи управління є персонал, який в один і той же час може виступати як об'єктом, так і суб'єктом управління. Працівники організації, підприємства виступають об'єктом тому, що вони є виробничою силою, головною складовою будь-якого виробничого процесу. Разом з тим персонал - це, перш за все, люди, які характеризуються складним комплексом індивідуальних якостей і властивостей, серед яких соціально-психологічні відіграють головну роль. Здатність персоналу одночасно виступати як суб'єктом, так і об'єктом управління є головною специфікою, особливістю управління персоналом.

Системний аналіз є методичним засобом системного підходу до вирішення проблем удосконалення системи управління персоналом. Системний підхід орієнтує дослідника на вивчення системи управління персоналом в цілому, а також її складових компонентів: цілей, функцій, організаційної структури, персоналу, технічних засобів управління, інформації, методів управління людьми,

технології управління, управлінських рішень; на виявлення багатосторонніх типів зв'язків цих компонентів між собою і зовнішнім середовищем та зведення в єдину цілісну картину.

Метод структуризації цілей передбачає кількісне і якісне обґрунтування цілей організації в цілому і цілей системи управління персоналом з точки зору їх відповідності цілям організації. При структуризації цілей повинен бути забезпечений взаємозв'язок, повнота, відповідність цілей різних рівнів управління персоналом.

Експертно-аналітичний метод удосконалення управління персоналом ґрунтується на залученні висококваліфікованих спеціалістів по управлінню персоналом. За допомогою цього методу виявляються основні напрями удосконалення управління персоналом, оцінки результатів аналізу і причини недоліків.

Все більше застосовується параметричний метод. Задача цього методу – встановлення функціональних залежностей між параметрами елементів правової системи і системи управління персоналом для виявлення ступеня їх відповідності.

В останній час для удосконалення системи управління персоналом почали застосовувати метод функціонально-вартісного аналізу. Цей метод дозволяє вибрати такий варіант побудови системи управління персоналом, який потребує найменших витрат і є найбільш ефективним з точки зору кінцевих результатів. Він дозволяє виявити зайві або дублюючі функції управління персоналом, функції, які з тих чи інших причин не виконуються і т. д.

Досвідний метод базується на досвіді попереднього періоду даної системи управління персоналом, на досвіді інших аналогічних систем. Найбільшого розвитку в роботі по удосконаленні управління персоналом одержав метод аналогій. Він полягає в застосуванні організаційних форм, які виправдали себе в функціональних системах управління персоналом з подібними економіко-організаційними характеристиками, до системи, що розглядається.

Метод творчих нарад передбачає комплексне обґрунтування шляхів розвитку системи управління персоналом групою спеціалістів і керівників. Ефективність методу полягає в тому, що ідеї, виказані однією людиною, викликають у інших учасників нові ідеї, а ті в свою чергу породжують наступні ідеї, в результаті чого з'являється потік ідей. Ціль цього методу – виявити якнайбільше варіантів удосконалення системи управління персоналом.

Метод колективного блокноту (банк ідей) дозволяє поєднати незалежне висування ідей кожним експертом з послідуною колективною оцінкою цих ідей на нараді з приводу пошуку шляхів удосконалення системи управління персоналом.

Метод 6–5–3 застосовується для систематизації процесу пошуку ідей розвитку системи управління персоналом. Найбільший ефект і якість системи управління персоналом досягається в тому випадку, коли застосовується система методів в комплексі. Запропонована система методів дозволяє побачити об'єкт з усіх сторін, що дозволяє уникнути прорахунків.

Таким чином, теоретичні та методологічні аспекти управління персоналом з

точки зору системного підходу показали, що в умовах переходу до ринкової економіки цей процес на вітчизняних підприємствах повинен набути системності і завершеності на основі комплексного вирішення кадрових питань, впровадження нових і удосконалення існуючих форм і методів кадрової роботи.

Література

1. Шаповал О. А., Іваній А.О., Гальченко А.О. Кадрова політика підприємства як інструмент системи управління персоналом. "Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії". 2018. № 5 (17). С.149-151.

2. Шаповал О. А. Управління персоналом: навчальний посібник. Харків: НАНГУ, 2015. 295 с.

УДК 331.108

Шаповал О.А.,

кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та військового господарства,

Волинець В.М.,

здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Структура та типологія корпоративної культури

У роботі розглянуто теоретичні основи структури корпоративної культури підприємства та її типологія. Визначений зміст корпоративної культури підприємства. Наведені рівні, з яких складається корпоративна культура.

Метою роботи є дослідження теоретичних основ структури корпоративної культури підприємства та її типології.

Корпоративна культура – це система цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також дійових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів і т.д., які склалися в організації або її підрозділах за час діяльності та які приймаються більшістю співробітників.

Доведено, що загальна категорія визначення корпоративної культури – це система особистих і колективних цінностей, які сприймаються і поділяються членами організації, а також набір прийомів і правил вирішення проблеми зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції працівників, що виправдали себе в минулому й підтвердили свою актуальність у сьогоденні.

Корпоративна культура – в основному невидима частина організації. Це не применшує її впливу на поведінку співробітників, але ускладнює аналіз і керування нею. Вона може бути детально регламентована документами, можуть бути декларовані лише окремі її принципи і, врешті, вона може існувати без будь-

яких письмових правил.

Множинність існуючих визначень корпоративної культури частково пояснюється тим, що різні рівні її прояву найчастіше не виділяються. Ці рівні охоплюють як відчутні зовнішні прояви, доступні органам чуття людини, так і глибинні підсвідомі базові уявлення (так звана сутність культури).

Слід зазначити, що одні визначають корпоративну культуру як систему взаємин, побудованих компанією відносно зовнішнього оточення і внутрішнього середовища. Інші – як ряд постійно присутніх заходів, що визначають ідеологію (концепцію) компанії як для ринку (клієнтів, постачальників, конкурентів), так і для співробітників. Та все ж, як правило, говорять про два типи корпоративної культури: один формується компанією (в особі керівництва) свідомо, інший сформований персоналом спонтанно.

Зміст корпоративної культури можна представити наступним чином: працівники розділяють певні цінності й установки, завдяки яким вони сприймають прояви конкретної корпоративної культури через комунікаційні канали й інтерпретуючи їх, кожен по-своєму, стають її носіями.

Узагальнивши основні наукові підходи до визначення структури корпоративної культури, автор дійшов висновку, що корпоративна культура складається з певних рівнів.

Пізнання корпоративної культури розпочинається з першого, «зовнішнього рівня», що містить такі видимі зовнішні атрибути: унікальний фірмовий стиль, символи, організаційні церемонії, – тобто все, що можна відчувати і сприймати через п'ять чуттів людини (зір, слух, відчуття смаку і запаху, дотик). На цьому рівні речі і явища виявити легко, але не завжди їх легко інтерпретувати і розшифровувати у термінах корпоративної культури.

На наступному, «внутрішньому рівні», відбувається глибше пізнання. Цінності цього рівня глибші, порівняно з розташованими на попередньому, хоча є їхнім продовженням. Вони становлять основу для норм і форм поведінки, які поділяють і декларують засновники, авторитетні працівники, це ключова ланка, яка формує єдність поглядів і дій всіх співробітників. Йдеться насамперед про місію компанії, її кодекс, правила взаємин співробітників компанії.

Отже, корпоративна культура може виступати як дієвий інструмент, що забезпечує настрій персоналу на високу продуктивність і високу якість в роботі. Формування і підтримка такої культури, яка підвищувала б віддачу від людей, що працюють в організації, сприяла підвищенню її ефективності і конкурентоспроможності – це одне з найважливіших стратегічних завдань вищого керівництва.

Література

1. Харітонова О.І. Корпоративна культура и управління змінами: монографія / за ред. Харітонової О.І. Київ: Harvard Business Review, 2014. 192 с.
2. Шаповал О. А. Корпоративна культура як складова корпоративного управління. *"Глобальні та національні проблеми економіки"*. 2016. № 14. С.592-

595.

3. Шаповал О. А. Природа процесу прийняття рішення та їх класифікація. "Молодий вчений ". 2018. № 4 (56). С.165-168.

УДК 331.108

Шаповал О.А.,

кандидат педагогічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту та військового господарства,

Євстигнєєв Д.С.,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету логістики

Національна академія Національної гвардії України, Харків

Сутність, значення та принципи відбору кадрів на підприємстві

У роботі розглянуто сутність процедури відбору кадрів на підприємстві. Проаналізовано природу та роль кадрового менеджменту у підвищенні ефективності діяльності підприємства.

Метою роботи є дослідження сутності, значення та принципів процедури відбору кадрів на підприємстві.

В умовах ринкової конкуренції актуальність відбору персоналу і подальша його адаптація стала одним з найголовніших чинників, який визначає виживання й економічне становище підприємств.

У даний час проблема відбору персоналу в організаціях і на підприємствах є однією з актуальних. Відбір персоналу - це первинне завдання будь-якої організації.

Відбір кадрів - це серія заходів і дій, здійснюваних підприємством або організацією для виявлення зі списку заявників особи або осіб, що найкращим чином підходять для вакантного місця роботи.

Показано, що для забезпечення ефективної роботи персоналу необхідно створення атмосфери конструктивної співпраці, при якій кожен член колективу зацікавлений у найбільш повній реалізації своїх здібностей. Для створення такої соціально-психологічної атмосфери, потрібно велику увагу приділяти відбору та адаптації персоналу.

Базис успішного відбору кадрів виходить із свідомості того, що успіх підприємства завжди значною мірою залежить від його співробітників. Ця відомість і обумовлює наскільки можливий ретельний відбір нових працівників, який ґрунтується на підвищених вимогах до селекції кандидатів за допомогою об'єктивних методів. Обидва критерії "відбір за підвищеними вимогам" і "об'єктивні методи відбору" визначають основні принципи, які приймаються до уваги при селективних процедурах

Доведено, що підвищення ефективності та надійності відбору зв'язується з послідовним проведенням перевірки ділових та особистих якостей кандидата,

заснованої на взаємодоповнюючих методах їх виявлення і джерелах інформації. Відбір кандидатур відбувається поетапно. Кожного разу відсівають тих, у яких виявлені явні невідповідності вимогам, що пред'являються. Одночасно перевіряються, по можливості об'єктивно, фактичні знання і ступінь володіння кандидатом необхідними виробничим навичками.

Таким чином, формується складна багатоступінчаста система проведення відбору персоналу.

Отже, рішення про прийняття на роботу - акція не лише істотна, але і має далекосяжні наслідки. У її ефективності зацікавлені як суспільство в цілому, окремі підприємства, так і конкретні індивіди.

Література

1. Шаповал О.А., Іваній А.О., Гальченко А.О. Кадрова політика підприємства як інструмент системи управління персоналом . "Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії". 2018. № 5 (17). С.149-151.
2. Шаповал О. А. Управління персоналом: навчальний посібник. Харків: НАНГУ, 2015. 295 с.

УДК 331.108

Шаповал О.А.,

кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та військового господарства,

Полозюк Т.І.,

здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня факультету логістики
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Взаємозв'язок кадрового потенціалу та цілей стратегічного управління підприємством

У роботі розглянуто сутність кадрового потенціалу підприємства та його взаємозв'язок з цілями стратегічного управління. Сформульовано головну мету управління кадровим потенціалом підприємства.

Метою роботи є дослідження кадрового потенціалу підприємства та його взаємозв'язок з цілями стратегічного управління.

Процес формування стратегії розвитку підприємства включає етапи аналізу середовища і стану потенціалу підприємства, формування мети розвитку, формування критеріїв досягнення мети, формулювання задач, виявлення і виділення наявних ресурсів на меті розвитку, виявлення факторів ризику і форс-мажору і вживання заходів по їх нейтралізації.

Кадровий потенціал підприємства, на нашу думку, визначається як уміння і навички працівників, які можуть бути використані для підвищення ефективності

господарювання підприємства в різних сферах, та сприяють досягненню бажаних цілей - отримання економічного прибутку чи досягнення соціального ефекту.

Кадровий потенціал може розглядатися і в більш вузькому значенні - як тимчасово вільні або резервні трудові місця, які потенційно можуть бути зайняті фахівцями в результаті їх розвитку і навчання. Управління кадровим потенціалом повинне сприяти впорядкуванню, збереженню якісної специфіки, вдосконаленню і розвитку персоналу.

Стисло стратегічну роль управління кадровим потенціалом можна визначити так:

- управління персоналом повинне бути представлено на вищому рівні управління організації;
- функцію управління персоналом необхідно враховувати при розробці стратегії бізнесу і організаційної структури компанії;
- все лінійне керівництво повинне брати участь в реалізації процесу управління персоналом.

Доведено, що кадрова стратегія - система методів і засобів управління персоналом, що вживається протягом певного часу з метою реалізації кадрової політики.

Таким чином, основна мета управління кадровим потенціалом полягає в забезпеченні успішної роботи підприємства в умовах ринкової економіки. Як задачі, що впливають на масштаби кадрового потенціалу, його ефективне використання, можна поставити наступні:

- кваліфікований розвиток персоналу;
- залучення кваліфікованих фахівців
- створення оптимальних умов для ефективної роботи кадрів.

Отже, кваліфікація працівників, так само як і фінансові ресурси, є сильним обмежувальним фактором при виборі стратегії розвитку підприємства. Поглиблення і розширення кваліфікаційного потенціалу працівників - найважливіша умова, що забезпечує можливість переходу до нових виробництв або якісного технологічного оновлення існуючого виробництва.

Не володіючи достатньо повною інформацією про кваліфікаційний потенціал, керівництво не може зробити вірного вибору стратегії фірми. Ключові етапи процесу стратегічного управління - стратегічний аналіз, стратегічний вибір та реалізація стратегії.

Кадровий потенціал підприємства відіграє провідну роль у розв'язанні науково-технічних, організаційних і економічних завдань господарювання.

Література

1. Шаповал О. А., Коробко А.В. Систематизація теоретичних аспектів мотивації праці персоналу підприємства. *"Причорноморські економічні студії"*. 2018. №33. С. 137 – 140.
2. Шаповал О. А., Іваній А.О., Гальченко А.О. Кадрова політика підприємства як інструмент системи управління персоналом . *"Економічний*

вісник Запорізької державної інженерної академії". 2018. № 5 (17). С.149-151.

3. Шаповал О. А. Управління персоналом: навчальний посібник. Харків: НАНГУ, 2015. 295 с.

УДК 331.108

Шаповал О.А.,

кандидат педагогічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту та військового господарства,

Струбчевський О.В.,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету логістики

Національна академія Національної гвардії України, Харків

Фактори управління процесом обслуговування в закладах ресторанного господарства

У роботі розглянуто фактори управління процесом обслуговування в закладах ресторанного господарства. Визначено найважливіші завдання менеджменту у ресторанному бізнесі.

Метою роботи є дослідження факторів управління процесом обслуговування в закладах ресторанного господарства.

Ведення бізнесу в сучасних економічних умовах супроводжується значними труднощами, у тому числі і у сфері управління підприємствами, проте успіхи будь-якого підприємства багато в чому залежать від ефективності менеджменту, а особливо від його важливої складової – управління людськими ресурсами в процесі обслуговування.

Ресторанний бізнес є однією із найбільш значущих складових індустрії гостинності. Водночас, ресторанний бізнес, з одного боку, є одним із засобів високоліквідного використання капіталу, а з іншого – середовищем із високим ступенем конкуренції.

На сучасному етапі розвитку менеджменту ресторанного бізнесу провідне місце в управлінні підприємствами ресторанного господарства належить процесу прийняття рішень, тому що рішення, прийняті керівником, визначають не лише рівень ефективності його діяльності, але й забезпечують стійкий розвиток об'єкта управління та утримання ним позицій на ринку. Колективна раціональна діяльність на основі професійного управлінського рішення є запорукою досягнення високої організаційної культури суб'єктів сучасного ресторанного бізнесу.

Показано, що найважливішим завданням менеджменту у ресторанному бізнесі є організація виробництва та надання послуг високої якості з урахуванням інтересів споживачів.

Принципи управління підприємством, і зокрема процесом обслуговування в ресторанах, визначають вимоги до системи, структуру організації процесу

управління. Управління підприємством здійснюється на основі базових вихідних положень і правил, якими керуються менеджери всіх рівнів. Ці правила визначають лінію поведінки менеджера. Отже, принципи управління – це основоположні закономірності та правила поведінки працівників при здійсненні ними управлінських функцій.

До загальних принципів управління процесом обслуговування відносять:

- принцип застосовуваності, який полягає у тому, що менеджмент розробляє свого роду керівництво до дії для всіх працівників підприємства;
- принцип системності, що реалізується в охопленні менеджментом усієї системи з врахуванням зовнішніх і внутрішніх зв'язків, взаємозалежності, відкритості власної структури чи системи в цілому;
- принцип багатофункціональності, який передбачає охоплення менеджментом різних аспектів діяльності: матеріального (ресурси; послуги), функціонального (організація праці), змістового (досягнення кінцевої мети);
- принцип інтеграції, що вимагає поєднання у межах системи різних способів взаємовідносин і поглядів працівників, тоді як поза підприємством може відбуватись їх диференціювання;
- принцип орієнтації на організаційні цінності заснований на розумінні того, що менеджмент входить до зовнішнього середовища з певною уявою щодо таких цінностей, як гостинність, чесність, вигідне співвідношення ціни й пропонованих послуг тощо.

Зазначені загальні принципи управління необхідно не лише враховувати, але й обов'язково виконувати в діяльності підприємств.

Отже, управлінська діяльність є специфічним різновидом трудового процесу і для неї є характерними всі притаманні йому елементи. Принципи управління підприємством, і зокрема процесом обслуговування в ресторанах, визначають вимоги до системи, структуру організації процесу управління.

Література

1. Шаповал, О. А. Концепція управління персоналом підприємства в системі кадрового менеджменту. *"Науковий вісник Ужгородського Національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство"*. 2020. Вип.31. С.141-145.

2. Шаповал О. А. Управління персоналом: навчальний посібник. Харків: НАНГУ, 2015. 295 с.

УДК 631.11:330.3

Шелудько Р.М.,
кандидат економічних наук,
професор кафедри маркетингу, підприємництва і організації виробництва,
Пономарьова М.С.,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу, підприємництва і організації виробництва
Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

Управління персоналом в підприємницьких структурах агробізнесу

Ринкові відносини вимагають вивчення методів управління на рівні основної ланки – підприємства. Управлінська діяльність є одним із найважливіших факторів функціонування й розвитку підприємств в умовах ринкової економіки. Головна фігура в управлінні виробництвом – це людина від знань, досвіду та вмінь якої залежить успіх справи. Як член виробничого колективу, кожний менеджер повинен вміти як керувати людьми, так і бути підлеглим, бути здібним активізувати діяльність своїх колег, підтримувати необхідний для плідної діяльності психологічний клімат у колективі [1].

Широке використання таких понять як управління персоналом, мотиваційний менеджмент, стимулювання праці показує, що проблеми персоналу включені в загальну систему організаційного управління і тісно пов'язані з іншими управлінськими елементами. Тому сьогодні найбільш прийнятною моделлю управління для функціонування вітчизняних агропідприємств є мотиваційний механізм, оскільки зовнішні умови характеризуються частими змінами і невизначеністю [2]. На різних етапах розвитку людства мотивація до ефективної праці й управління трудовими ресурсами безпосередньо на підприємствах є визначальним важелем, який забезпечує успішність виробництва і його конкурентоспроможність. Саме із цих причин на проблему ефективного використання персоналу підприємств звертає увагу економічна наука і практика, що визначає її актуальність і значення в економіці України.

Такі економічні категорії, як управління персоналом та мотивація його ефективного використання у виробництві, тісно пов'язані і взаємозалежні. Та в економічній теорії вони не завжди розглядаються комплексно та системно. Саме в цьому аспекті досліджуються питання мотивації праці в роботах таких відомих учених-економістів, як А. Маршалл, А. Маслоу, М.И. Малік, Д.В. Максименко, В.С. Дієсперов, В.К. Горкавий, О.В. Ульяновченко [1-12] тощо. Саме ефективне використання персоналу є запорукою виробничого успіху, який обслуговує мету будь-якого виробництва – забезпечення соціально-економічних потреб суспільства. Виходячи із цієї мети виробництва, існуюча класифікація персоналу за категоріями (керівники, професіонали, фахівці, технічні службовці, робітники і непромисловий персонал) виявляється обмеженою і має розглядатися в комплексі таких класифікаційних ознак, як трудові функції, нормативна база для регламентування трудового процесу, методи стимулювання успішності праці.

Саме системному підходу до комплексного визначення чинників ефективного використання персоналу буде сприяти схема його класифікації за категоріями, трудовими функціями та методами. Рівень її оплати значною мірою визначає життєвий рівень кожного громадянина. І тому природно, що питання перспектив розвитку і шляхів покращення ефективності оплати праці постійно знаходиться в центрі уваги, як урядових структур, так і науковців.

Література

1. Максименко Д.В. Розробка стратегії управління персоналом агропідприємств в сучасних економічних умовах / Д.В. Максименко Д.В. // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту, 2011 №1. С. 17 - 25.
2. Блинов А. О. Искусство управления персоналом : [учеб. пособ.] / А. О. Блинов, О. В. Василевская. – М. : ГЕЛАН, 2010. – 411 с.
3. Малік М.И. Мотивація виробничої діяльності в аграрній сфері економіки / М.И. Малік. Методологія і організація. – К.: ІАЕ, 1995. – 177 с.
4. Дієсперов В.С. Механізми матеріального стимулювання у сільськогосподарських підприємствах / В.С. Дієсперов // Економіка України. – 1997. – № 3. – С. 63-70.
5. Рябуха М.С. Оплата праці: стан, проблеми та перспективи розвитку / М.С. Рябуха // Вісник ХНТУСГ: Економічні науки. Вип. 70. – Харків: ХНТУСГ, 2008. – С. 258-267.
6. Горкавий В.К. Статистика: Підручник / В.К. Горкавий. – К.: Вища школа, 1995. – 415 с.
7. Пономарьова М.С. Політика доходів та організація оплати праці в розвитку соціально-трудових відносин на засадах інституційного забезпечення / М.С. Пономарьова, Л.А. Гаврилюк, І.І. Чернега // Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки». – 2014. – № 3. – С. 111-126. – 292 с.
8. Ulianchenko O.V., Sheludko R.M., Ponomarova M.S., Sheludko L.V. Motivation management as the key factor of financial and economic growth of small agribusiness enterprises/ O.V. Ulianchenko, R.M. Sheludko, M.S. Ponomarova, L.V. Sheludko // Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2019. № 4 (31). P. 239-248.
9. Ponomarova, M., Krivosheya, E., Artemenko, A (2020). Motivative stimulation as a component of management in entrepreneurship. Innovative scientific researches: European development trends and regional aspect. «Baltija Publishing», (2), 221-240. <https://doi.org/10.30525/978-9934-588-38-9>
10. Рябуха М. С. Мотиваційний механізм в структурі економічного механізму підприємницької діяльності // Збірник ХНЕУ «Управління розвитком 8 (2009): 80.

УДК 658.011.12

Шиголь Ф.А.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, логістики та економіки,

Обухова О.С.,

здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня факультету логістики
Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

Системно-кібернетичний підхід до управління потенціалом підприємства

Актуальність. Глобалізація та міжнародна інтеграція, загострення конкурентної боротьби та сучасний темп економічних змін вимагає від суб'єктів господарювання компетентних дій щодо ефективного використання та нарощування потенціалу. Тому управління потенціалом як інтегрованої сукупності ресурсів і можливостей набуває вагомого значення у процесах підвищення результативності функціонування й розвитку вітчизняних компаній.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань управління потенціалом підприємства присвячено наукові праці І. Ансоффа, Н. Краснокутської, Й. Петровича, І. Маринич, Г. Калетника, С. Хейман та ін. Проте існує необхідність уточнення, удосконалення і подальшого розвитку методичних підходів щодо управління потенціалом для забезпечення його комплексної реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах ринку, що характеризуються нестабільністю цілей підприємства, обумовленою мінливістю попиту та пропозиції, цін на товари і фактори виробництва, змінами в конкурентному середовищі й іншими макро- і мікроекономічними факторами, однією з першочергових задач керівництва підприємства стає формування й оцінка поточних і перспективних можливостей підприємства, тобто його потенціалу.

Також має сенс виокремлювати ще один етап управління потенціалом – моніторинг, який передбачає постійний контроль, відстеження діяльності об'єкта та збір інформації про його стан у певних умовах зовнішнього середовища, прогнозування на підставі отриманих даних динаміки і основних тенденцій розвитку та розроблення науково обґрунтованих рекомендацій.

Ефективне функціонування підприємства можливе лише за узгодження всіх його найважливіших компонентів, що відповідають потенціалу суб'єкта господарювання та його зовнішньому середовищу.

На сучасному етапі згідно із системно-кібернетичним підходом [1, 2] система управління як форма реального втілення певних управлінських впливів складається із двох взаємодіючих підсистем: керуючої – суб'єкт управління (формує управлінський вплив) та керованої – об'єкт управління (зазнає сформованих впливів). У кожній без виключення системі управління є прямий зв'язок – зв'язок керуючої підсистеми з керованою; протилежний за напрямом дії – зворотний зв'язок (від керованої підсистеми до керуючої). Так, суб'єкт

управління через канал прямого зв'язку впливає на об'єкт, коригуючи впливи на нього навколишнього середовища. Це приводить до зміни стану керованого об'єкта – він змінює свій вплив на навколишнє середовище.

Процес управління потенціалом підприємства за системно-кібернетичним підходом можна представити у вигляді схеми (рис. 1) [3].

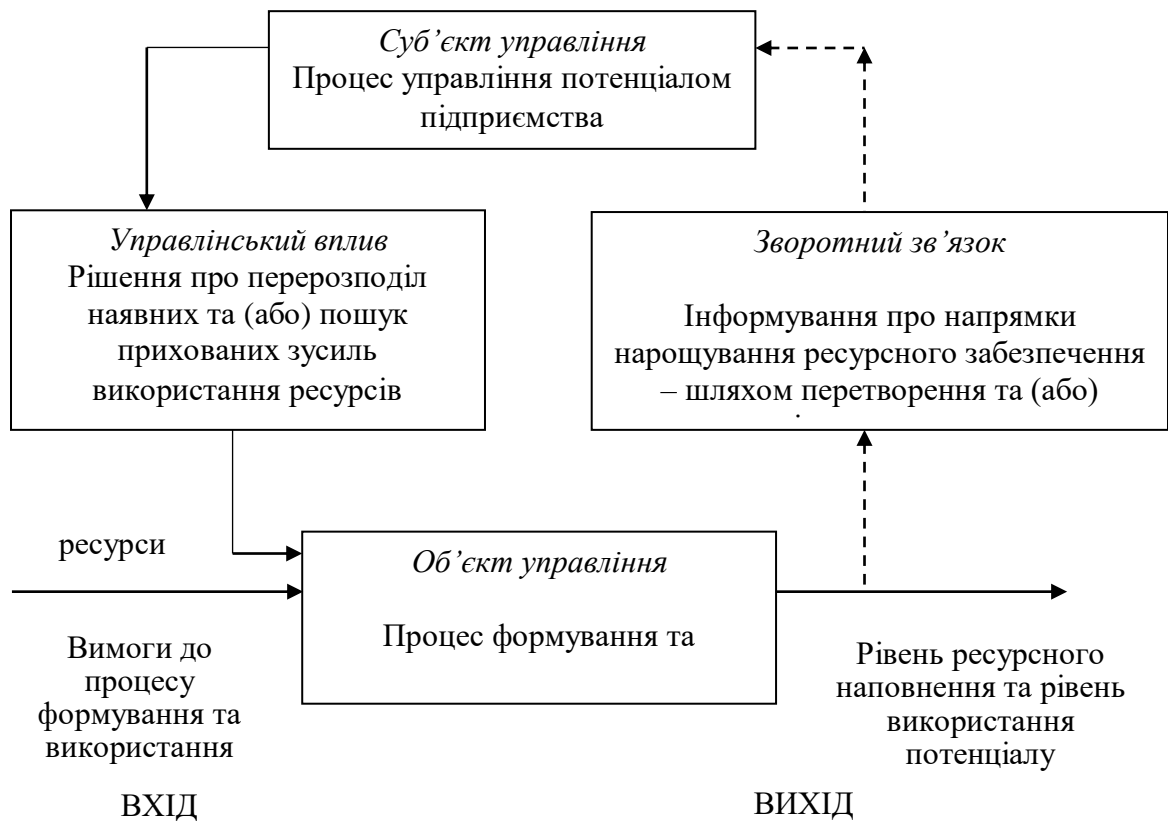


Рис. 1. Загальна схема процесу управління потенціалом підприємства згідно системно-кібернетичного підходу

Висновок. Для підтримання рівноважного стану базових елементів організації та успішної розвитку підприємства необхідно впроваджувати та реалізувати адаптивні механізми управління потенціалом, що передбачають реалізацію конкретного типу стратегічних змін, необхідних організації. Важливим чинником, що впливає на особливості процесу управління потенціалом, є клімат стадії життєвого циклу підприємства, що формується під впливом мінливого зовнішнього середовища та внутрішньої гнучкості суб'єкта господарювання.

Література

1. Пономаренко Л.А. Основи економічної кібернетики: підручник. Київ : КНТЕУ, 2002. 432 с.
2. Малин А. С, Мухин В. И. Исследование систем управления: учеб. для вузов. Москва : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005. 400 с.
3. Пипенко І.С. Потенціал підприємства як об'єкт управління. *Економіка транспортного комплексу*, 2015. Вип. 26. С. 89-105.

Яценко О.А.,
кандидат економічних наук, доцент,
Карпов А. А.,
здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня
Національний університет цивільного захисту України, Харків

Антикризове управління підприємством

Предметом антикризового управління діяльністю підприємства є дослідження можливих і реальних причин кризи, факторів що її спричиняють, її ознак і наслідків, що погіршують нормальні умови функціонування підприємства.

Задля виявлення чинників неплатоспроможності та ознак кризи на підприємстві, попередження загрози збитковості у довгостроковому періоді важливим є застосування політики антикризового управління, що передбачає: проведення деталізованого контролю за фінансовим станом підприємства для того, щоб запобігти появі кризових явищ на ранніх етапах; пошук та впровадження ефективних та доцільних внутрішніх важелів регулювання фінансової стабільності підприємства; застосування системи антикризових рішень стосовно підвищення рівня управління ресурсами підприємства, базуючись на інноваційних засобах; розгортання інноваційної політики в усіх сферах функціонування підприємства, яка передбачає:

- удосконалення та впровадження новітніх технологій виробництва на основі інноваційних методів;
- адаптація продукції та послуг підприємства до вимог ринку та НТП, виготовлення продукції із принципово новими функціональними характеристиками та якостями;
- пошук інвестиційних ресурсів та розширення напрямків господарської діяльності підприємства;
- інновації у маркетинговій сфері, покращення збутової політики;
- здійснення перетворень у організаційній структурі управління підприємством.

Основними ознаками інноваційної стратегії підприємства, як організаційної складової антикризового управління є:

- 1) розробка та розвиток нових видів продукції та послуг, та удосконалення їх споживчих властивостей;
- 2) нове виробництво, як результат науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт;
- 3) застосування альтернативних методів виробництва та використання обмежених ресурсів;
- 4) чутливість до можливих змін у стані середовища функціонування підприємства;
- 5) виведення новації на ринок (комерціалізація);
- 6) націленість на підвищення та розширення інноваційних можливостей

підприємства;

7) інноваційна політика є чинником, що сприяє виходу на нові ринки збуту та підвищенню конкурентоспроможності.

Висновок. З'ясування місця антикризового управління діяльністю підприємства в теорії і практиці управління проходить через уточнення поняття кризи, а також факторів і причин його виникнення в діяльності суб'єктів господарювання.

Література

1. Кушнір Н.Б. Особливості антикризового управління та економічної діагностики підприємства в сучасних умовах [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4954>

2. Прохорова В.В. Інноваційні перетворення як структурний елемент антикризового управління підприємством / В.В. Прохорова, В.І. Ярмолук // Економіка і управління. – 2013. - № 2. – С. 28-33.

УДК 355.

Альбоцій О.В.,

кандидат військових наук, доцент,
старший викладач кафедри технічного та тилового забезпечення
Національна академія Національної гвардії України, Харків

Управління матеріальним забезпеченням військової частини як ризик-залежною системою

В сучасних умовах стає все більш очевидним той факт, що при управлінні матеріально-технічним забезпеченням не можна нехтувати впливом випадкових чинників на результати виконання функцій та операцій відповідними службами військової частини [1]. Хоча більшість процесів та операцій є регламентованими в організаційному відношенні та детермінованими за змістом дій, не рідко виникають ситуації, коли фактичний стан матеріального забезпечення військових частин (підрозділів) не відповідає за кількісними чи якісними параметрами встановленим вимогам. Такі ситуації обумовлені, як правило, впливом чинників, які не носять систематичного характеру, а проявляються у випадковий спосіб за певного збігу обставин чи появі певних випадкових подій.

Мета доповіді полягає у розкритті методичного підходу до управління матеріальним забезпеченням військових частин НГУ при виконанні завдань повсякденної діяльності в умовах впливу випадкових чинників.

У теперішній час у різних сферах діяльності широкого використовується ризик-менеджмент, базові положення якого доцільно застосовувати і при управлінні матеріальним забезпеченням військових частин [2, 3, 4]. Враховуючи такі положення, управлінську ситуацію можна представити наступним чином:

присутність невизначеності та небезпек різного походження зумовлює ризики при проведенні операційної діяльності. Існуючі ризики необхідно врахувати на етапі планування та організації діяльності з метою зменшення (уникнення) їх негативного впливу на операційні процеси та кінцеві показники роботи.

Найбільш складним та одночасно найбільш відповідальним етапом процесу ризик-менеджменту є ідентифікація та кількісне оцінювання ризиків. Очевидно, що у сукупності ризиків є такі, що носять загальний характер і притаманні усім суб'єктам чи, принаймні, більшості з них. Але є і такі, що носять суто індивідуальний характер і властиві лише конкретній частині (підрозділу). При цьому, кількісні рівні одних і тих же ризиків, як правило, відрізняються для різних військових частин (підрозділів). Кількісні рівні ризиків змінюються у часі. Принаймні, саме на зменшення ризиків має бути спрямованим ризик-менеджмент.

У загальному випадку, в залежності від інформації про ризики, яка є у розпорядженні особи, що приймає рішення, для кількісного оцінювання параметрів ризику (ймовірності настання та можливих негативних наслідків) можуть застосовуватися різні методи. У практиці діяльності військових частин, принаймні, на сучасному етапі, можливо застосування лише методів експертного оцінювання. Тому, призначення членів робочої групи з оцінювання ризиків, в певній мірі, є визначальним для ефективності управління. Отже, ризики не можуть бути призначені (визначені вищими органами управління). Вони мають бути ідентифіковані та оцінені у кожній військовій частині індивідуально. Враховуючи функціональну важливість ідентифікації та оцінювання ризиків, постає проблема підбору членів робочої групи з оцінювання ризиків. При цьому, доцільно прийняти до уваги те, що члени даної групи за своєю функціональною роллю є експертами. Тому, при їх підборі необхідно врахувати вимоги до групи експертів, що визначені в теорії експертного опитування. За таких умов можна розраховувати на якісну ідентифікацію та отримання об'єктивізованих оцінок існуючих ризиків.

Наступним етапом роботи є квантифікація ризиків матеріального забезпечення та розробка заходів щодо управління ними, які передбачають локалізацію, зниження чи повне усунення ризиків.

Висновок: Застосування процедур ризик-менеджменту відповідає сучасним поглядам та потребам управління якістю процесів матеріального забезпечення військової частини та дозволить, як очікується, забезпечити високу ефективність використання коштів, що виділяються на матеріальне забезпечення НГУ.

Література

1. Наказ Командувача НГУ від 26.06.2019 р. № 386 "Про затвердження з Інструкції організації внутрішнього контролю в Національній гвардії України".
2. ISO 31000:2009 Международный Стандарт. Риск Менеджмент. Принципы и руководства. Режим доступу: http://www.amu.kz/fotos-news/vstrecha_rectora_so_stud_31_oct/ISO%2031000-2009.pdf.

3. Альбощій О.В. Дослідження методичних аспектів підвищення надійності зберігання матеріальних засобів для забезпечення військ шляхом управління ризиками / О.В. Альбощій, С.О. Павленко, Я.В. Павлов, С.В. Писаревський // Щоквартальний науковий журнал «Честь і закон». 2020. № 2(71). С. 63-68. DOI: <https://doi.org/10.33405/2078-7480/2019/2/69/177922>.

4. Альбощій О.В. Управління ризиками логістичного забезпечення як напрямок удосконалення системи логістики / О.В. Альбощій, С.О. Каплун, С.О. Павленко // Щоквартальний науковий журнал «Честь і закон». 2019. № 2(69). - С. 63-68. DOI: <https://doi.org/10.33405/2078-7480/2019/2/69/177922>.

Для нотаток

ДЕСЯТА МІЖВУЗІВСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Електронне видання
Збірник тез доповідей

Відповідальний за випуск Марія Науменко

Комп'ютерна верстка: Людмила Бабіч

Підписано до друку

Формат паперу

Редакційно-видавничий відділ Національної академії Національної гвардії
України свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 1840 від _____
Друкарня Національної академії Національної гвардії України
61001, м. Харків, майдан Захисників України, 3