

**Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)**

**ЕКОНОМІКА СЬОГОДНІ:
ПРОБЛЕМИ МОДЕЛЮВАННЯ
ТА УПРАВЛІННЯ**

МАТЕРІАЛИ

**VII Всеукраїнської науково-практичної
інтернет-конференції**

(м. Полтава, 16–17 листопада 2017 року)

**ПОЛТАВА
ПУЕТ
2018**

Організаційний комітет

Голова: **О. О. Нестуля**, д. і. н., професор, лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки, заслужений працівник освіти України, ректор Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», далі – ПУЕТ (м. Полтава).

Заступники голови: **М. Є. Рогоза**, д. е. н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, академік Академії економічних наук України, академік Міжнародної академії біоенерготехнологій, завідувач кафедри економіки підприємства та економічної кібернетики ПУЕТ; **С. В. Гаркуша**, д. т. н., доцент, проректор з наукової роботи ПУЕТ (м. Полтава).

Члени організаційного комітету

Н. В. Герман, доцент, директор науково-навчального центру ПУЕТ (м. Полтава); **К. Ю. Вергал**, к. е. н., доцент, заступник завідувача кафедри економіки підприємства та економічної кібернетики ПУЕТ (м. Полтава); **В. В. Вітінський**, д. е. н., професор, завідувач кафедри економіко-математичного моделювання ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» (м. Київ); **В. М. Вовк**, д. е. н., професор, заслужений професор Львівського національного університету імені Івана Франка (м. Львів); **Ю. Г. Лисенко**, д. е. н., професор, член-кореспондент Національної академії наук України, директор Навчально-наукового інституту інноваційних технологій управління ПУЕТ (м. Полтава); **В. І. Лашенко**, д. е. н., професор, завідувач відділу Інституту економіки і прогнозування Національної академії наук України, професор кафедри економіки підприємства та економічної кібернетики ПУЕТ (м. Полтава); **Н. К. Максимко**, д. е. н., професор, завідувач кафедри економічної кібернетики Запорізького національного університету (м. Запоріжжя); **Т. В. Меркулова**, д. е. н., професор, завідувач кафедри економічної кібернетики Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (м. Харків); **В. М. Порохня**, д. е. н., професор, директор Інституту післядипломної освіти Класичного приватного університету (м. Запоріжжя); **С. К. Рамазанов**, д. т. н., д. е. н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, академік: МАІ, МАНЕБ, АЕНУ, ТАУ, АТНУ, професор кафедри інформаційних систем та економіки ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» (м. Київ); **А. А. Роскладка**, д. е. н., професор, завідувач кафедри економічної кібернетики Київського національного торговельно-економічного університету (м. Київ); **М. В. Румищев**, д. е. н., професор, завідувач кафедри економічної кібернетики ДВНЗ «Донецький національний технічний університет» (м. Покровськ); **В. А. Ткаченко**, д. е. н., професор, академік Академії економічних наук України, заступник директора Науково-дослідного інституту розвитку економіки та суспільства Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро); **О. А. Харченко**, к. т. н., доцент, декан факультету обліку, аудиту та економічної кібернетики, доцент кафедри програмної інженерії та інформаційних систем Київського національного торговельно-економічного університету (м. Київ); **О. І. Черняк**, д. е. н., професор, лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки, завідувач кафедри економічної кібернетики Київського національного університету імені Тараса Шевченка (м. Київ); **Є. І. Івченко**, к. т. н., доцент, директор навчально-наукового інформаційного центру ПУЕТ (м. Полтава); **Л. М. Дієнко**, начальник редакційно-видавничого відділу ПУЕТ (м. Полтава).

Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління :
Е45 матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 16–17 листопада 2017 року). – Полтава : ПУЕТ, 2018. – 270 с. – Текст укр., рос. мовами.

ISBN 978-966-184-304-1

У матеріалах конференції розглядаються проблеми та особливості модулювання й управління сучасними економічними процесами та системами, теоретичні основи формування механізмів і систем стратегічного розвитку підприємств, сучасна проблематика підготовки фахівців з економічної кібернетики та комп'ютерних інформаційних технологій. Матеріали розраховано на науково-педагогічних працівників, аспірантів і студентів закладів вищої освіти.

Матеріали тез не редагуються. Організатори конференції можуть не поділяти думки учасників та не несуть відповідальність за зміст доповідей, точність викладених фактів, цитат і посилань.

УДК 338.2

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.
За вклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори.
Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПУЕТ заборонено*

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі», 2018

ISBN 978-966-184-304-1

ВІТАННЯ УЧАСНИКІВ І ГОСТЕЙ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

Шановні учасники і гості VII Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління» Продовжуючи традиційно щорічні зустрічі на теренах інформаційного простору з питань управління економічними системами, моделювання економічних систем, теоретичних основ економічної кібернетики, формування механізмів та систем стратегічного розвитку підприємств організаторами конференції запропоновано розширити коло обговорення наукових проблем. Для цього запропоновано провести дискусії та обговорити результати наукових досліджень соціально-економічних проблем модернізації і розвитку кооперації, управлінням кооперуванням та інтеграційними процесами. Цей напрямок досліджень будується на особливостях та перевагах кооперації, яка надає можливість будувати соціально орієнтовану економіку, суть і форма якої надає можливості в умовах динаміки нестабільного розвитку знаходити шляхи стабілізації та позитивних темпів розвитку, став одним із основних Міжнародного центру дослідження проблем модернізації і розвитку кооперації та кафедри економіки підприємства та економічної кібернетики в рамках програм наукових досліджень Академії економічних наук України та Полтавського університету економіки і торгівлі.

Актуальність піднятих проблем наукових досліджень є підставою для стратегій розвитку економіки нашої країни, що також стає підставою до вироблення нової сучасної концепції підготовки фахівців з економіки, економічної кібернетики, бізнес-аналітики та комп'ютерних інформаційних технологій, вирішення проблем підготовки наукових кадрів для інноваційної сфери в Україні.

Обговорення матеріалів конференції стане запорукою загальних майбутніх успіхів. Доповіді конференції спрямовані на посилення інтеграції та залучення широких кіл науковців і до вирішення широкого кола питань, пов'язаних з системним підходом

до розв'язку задач, що постають перед сучасною економікою у непростий період світових економічних процесів. Шановні учасники та гості конференції, Ваша енергія, що спрямована на реалізацію нових ініціатив щодо втілення в життя програм оздоровлення економіки, поза всяким сумнівом, послужить зміцненню наукових, ділових зв'язків для розвитку інноваційних та інтеграційних процесів в Україні та Європі. Ми впевнені, що результати цьогорічної конференції знайдуть своє втілення в нових проєктах і програмах, і, в кінцевому рахунку, слугуватимуть надійною сходинкою на шляху до процвітання нашої держави

**Кафедра економіки підприємства та економічної
кібернетики Вищого навчального закладу
Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»**

Рекомендовані статті учасників конференції будуть опубліковані у «Віснику ПУЕТ. Серія Економічні науки» (журнал входить до «Переліку наукових фахових видань, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук») (вимоги до друку та оплати статей знаходиться на сайті

<http://puet.edu.ua/uk/zhurnal-naukovyv-visnyk>).

СЕКЦІЯ 1. УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ І ПРОЦЕСАМИ

С. В. Іванов, д. е. н., професор, директор Міжнародного центру досліджень соціально-економічних проблем модернізації та розвитку кооперації;

М. Є. Рогоза, д. е. н., професор, академік академії економічних наук України, завідувач кафедри економіки підприємства та економічної кібернетики;

В. І. Перебийніс, д. е. н., професор, академік академії економічних наук України, професор кафедри економіки підприємства та економічної кібернетики;

К. Ю. Вергал, к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства та економічної кібернетики

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ КООПЕРУВАННЯМ ТА ІНТЕГРАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОЇ ОБСЛУГОВУЮЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Нестійке бізнес-середовище з рівнем значної динамічності висуває умови та ризики для управління економічними об'єктами, пов'язані з необхідністю своєчасного реагування на ці зміни не тільки при оперативному управлінні, але і у стратегічній перспективі з можливістю передбачення та впровадження необхідних змін, які забезпечуватимуть ефективну діяльність. Дієвий аналіз середовища діяльності будь якого економічного об'єкта та моніторинг умов та параметрів таких змін, що буде обов'язково пов'язаний із потребами споживачів та змін у їхній поведінці, надає підстави для актуальності питань, пов'язаних із управлінням кооперування та інтеграційними процесами [2, 13, 14].

Для підприємств сільської обслуговуючої кооперації актуальними є і будуть питання вивчення вітчизняного досвіду для використання в сучасних умовах найбільш перспективних форм забезпечення технічними та іншими ресурсами. Вирішення цих проблем можливо на підходах, побудованих на умовах кооперу-

вання, серед яких слід виділити одночасну співпрацю незалежних підприємств та міжфермерських кооперативів із спільним використанням техніки. При цьому економічні взаємини таких фермерських господарств з підприємствами виробничо-технічного сервісу, індивідуальними підприємцями необхідно будувати на основі досягнутих домовленостей про спільну господарську діяльність та розробку відповідних методичних підходів для формування процесів співпраці.

Реалії сьогодення надають можливість стверджувати, що кооперація забезпечує отримання більших прибутків на відміну від тих підприємств, що працюють самостійно. Це підтверджується такими даними по результатах діяльності українських сільгоспвиробників, які отримують лише 25 % від світової ціни на вироблену продукцію, тоді як фермери з розвинутих країн ринкової економіки – 85 % [3].

Необхідно звернути увагу на особливості та переваги кооперації, яка надає можливість будувати соціально орієнтовану економіку, суть і форма якої надає можливості в умовах динаміки нестабільного розвитку знаходити шляхи стабілізації та позитивних темпів розвитку. Це підтверджується також дослідженням світового досвіду, коли найбільш стабільними країнами в умовах глобальної кризи являються країни з соціально-орієнтованими економіками та значним рівнем розвитку кооперації. У Швеції кооперація в економіці країни становить 90 %, Франції, Бельгії, Нідерландах, Австрії – 60–70 %. В Україні – це лише 1 % [3].

Темпи появи кооперативів та їх реєстрація в Україні в різні роки мала характер з позитивною та негативною динамікою. Так ще в 1993 році зареєстровано 774 кооперативів, станом на перше січня 2005 року – 1 127, а на початок 2009 року – 936. Тому урядом було розроблено та схвалено концепцію державної цільової програми розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів на період до 2015 року, затверджену 11 лютого 2009 року, згідно якої важливим напрямом розбудови економіки аграрного сектору країни було визнано необхідність розвитку сільськогосподарської кооперації. Важливість державної підтримки розвитку кооперативного руху зумовлено тим, що про-

цес створення сільськогосподарських кооперативів загальмувався. Були поставлені цілі – створити до 2015 року не менш ніж 10 тис. сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів; організувати понад 100 тис. додаткових робочих місць; відповідними діями спонукати до зростання сільськогосподарського виробництва в 1,6 рази до 2015 року. Для цього на той час було передбачено до 2015 року з державного бюджету України на стимулювання розвитку кооперативного руху виділити 7,2 млрд грн постановою Кабінету Міністрів України № 557 від 3 червня 2009 року було затверджено державну цільову економічну програму розвитку сільськогосподарських кооперативів на період до 2015 року, визначено завдання й заходи, які необхідно здійснити в межах цієї програми.

Завдання було орієнтоване на успішне функціонування сільськогосподарських кооперативів, підвищення конкурентоспроможності особистих селянських господарств та поліпшення їхнього соціально-економічного стану. І, звичайно, для цього необхідна була злагоджена дія інститутів влади й сільськогосподарських товаровиробників, що може бути запорукою успішного функціонування сільськогосподарських кооперативів. Але дана постанова втратила чинність на підставі постанови КМ № 704 (704-2011) від 22.06.2011 року «Про скорочення кількості та укрупнення державних цільових програм».

І яка ситуація на даний момент склалась? Щорічно, за даними [9] порівняно з середніми показниками технічної ефективності по галузі фермерські господарства недотримують щонайменше 1,5 млн тонн зернових та понад 400 тис. тонн олійних культур. Щорічна втрата експортного потенціалу від таких втрат оцінюється за поточними цінами щонайменше в 350 млн дол. США.

Таким чином, потенціал сільськогосподарської кооперації в Україні є нереалізованим. У же час, на даному етапі, є достатньо переконливі результати у країнах Європейського Союзу, де сільськогосподарські кооперативи забезпечують 57 % виробництва молочної та 42 % плодоовочевої продукції, а в Австрії, Данії, Нідерландах та Швеції у сільськогосподарських кооперативах виробляється – 90 % молока та 50 % плодоовочевої продук-

ції. Чинна система української сільськогосподарської кооперації за всі роки розвитку має результатом 1 098 сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів (станом на 1 квітня 2017 року), з яких реально здійснюють господарську діяльність лише 590 одиниць, члени яких утримують 1 % поголів'я великої рогатої худоби (ВРХ), та через які реалізовується незначна частка як молочної, так і плодоовочевої продукції [9].

Необхідно також звернути увагу на характерні риси функціонування сільськогосподарських кооперативів, метою діяльності яких є збільшення доходів своїх членів через забезпечення вхідними ресурсами та необхідними послугами з метою реалізації виробленої продукції. При цьому реалізуються потреби розвитку малих сільськогосподарських виробників в Україні. Також необхідно звернути увагу на те, що ефект масштабу забезпечує можливість просування продукції членів сільськогосподарських кооперативів в ланцюжку від виробництва до кінцевого споживача без посередника, таким чином, створюючи конкуренцію посередницьким структурам, та забезпечуючи вихід на більш привабливі ринки, в тому числі міжнародні [9].

Серед причин, що стримують розвиток фермерських господарств, необхідно виокремити такі, як відсутність цілісної послідовної державної політики, спрямованої на підтримку фермерських господарств, низька рентабельність та конкурентоспроможність фермерських господарств на ринках збуту сільськогосподарської продукції, низький рівень можливостей щодо залучення фінансових ресурсів та інвестицій для функціонування та розвитку фермерських господарств, неможливість залучення земельних ресурсів для іпотечного кредитування, низький рівень технічного та технологічного забезпечення, значні втрати продукції внаслідок недосконалої системи логістики та інфраструктури аграрного ринку, непоінформованість значної частини фермерських господарств про кон'юнктуру ринків та умови ведення бізнесу в галузі, орієнтація на реалізацію вирощеної сировини та відсутність можливостей та умов в виробництві готової продукції [14]. Більшість цих причин обумовлені відсутністю ефективних підходів та методик, які б створювали перспективи та забезпечували результати діяльності на основі використання потен-

ціалу окремих господарств на засадах системного підходу та спиралися на синергетичний ефект при кооперуванні та інтеграційних процесах підприємств сільської обслуговуючої кооперації.

Необхідно мати також на увазі, що серйозною проблемою для розвитку неінтегрованих та некооперованих господарств є агрохолдинги, які вже фактично монополізували ринки збуту аграрної продукції та диктують умови на ринку сільськогосподарської продукції, бо не мають протипаги – нема кооперації, нема об'єднання виробників [15]. На жаль, це призводить зниження показників, бідності, особливо в сільській місцевості, безробіття, вимирання українського села.

Кооперація на селі завжди сприяла розвитку інфраструктури аграрного ринку, позитивно впливала на цінові коливання продовольчого ринку, створювала прозору мережу заготівлі та збуту сільськогосподарської продукції. Однак, розвиток кооперації як складової аграрного сектору залишається складною соціально-економічною проблемою, яка потребує докладання значних зусиль на всіх рівнях управління. Через відсутність підготовлених кадрів та інформаційно-методичних матеріалів для організації діяльності самих кооперативів, відсутність правового формату регулярної фінансової підтримки розвитку кооперації, нерозуміння і неготовності сільськогосподарських формувань та сільського населення до кооперування, недооцінка суті і переваг кооперативної моделі аграрного підприємництва, виникли проблеми щодо створення ефективних умов, моделей та методів для розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів як невід'ємної складової агропромислового комплексу держави.

При розробці моделей формування та управління процесами інтеграційними, які можна віднести до інноваційних, цілі суб'єкта (підприємства) необхідно розділили на декілька напрямків, які носять зовнішній та внутрішній характер [13]. До зовнішнього типу завдань для об'єкта управління необхідно віднести такі, що пов'язані із інформаційною забезпеченістю та зменшенням рівня невизначеності пов'язаної із необхідною підтримкою пріоритету у формуванні оборотних коштів і оновленні основних фондів, підтримки національного регіонального товаровиробника, прийняття змін чи нового Податкового кодексу та інші. Ін-

шими словами, створення системи ефективного дослідження, аналізу, використання інформаційних ресурсів є однією із умов успішної діяльності економічного об'єкта в умовах невизначеності конкурентного середовища та є обов'язковою для побудови прийняття і оцінки рішень для визначення стратегії розвитку [12, 14].

До внутрішніх завдань слід віднести стратегічні аспекти створення ресурсної бази, формування умов для вкладення інвестицій для інноваційного розвитку тощо. Вирішення таких завдань можливо при використанні мультиагентних підходів формування моделей інтегрованої систем [4]. Для мультиагентної системи характерною складовою є набір агентів, що мають конкретні ролі та взаємодіють один із одним для вирішення проблем, що виходять за межі можливостей або знань окремого агента [4, с. 53; 13, с. 12]. Це дозволяє перейти від пасивних сутностей до активних, що володіють автономною поведінкою та здатні приймати рішення відповідно до деякого набору правил, взаємодіяти з оточенням та з іншими агентами, діяти в інтересах досягнення поставлених цілей, а змінюватися (еволюціонувати) [6]. Інтегрована структура у мультиагентному моделюванні може бути представлена коаліцією, тобто структурою, що є тимчасовим об'єднанням деякого числа агентів на основі співнаправленості їх домінуючих цілей. Склад коаліції інтегрованої структури може бути визначений двома типами агентів – агентом-координатором (координаційний центр інтегрованого торговельного підприємства) та агентом-підприємством (з числа тих, що приймають участь у інтеграційних процесах). Враховуючи, що інтегрована структура взаємодіє з зовнішніми агентами, які за певних умов можуть входити до коаліції, побудова моделі інтегрованої структури як мультиагентної системи потребує дослідження існуючих зв'язків між інтегрованим економічним об'єктом та зовнішнім середовищем, яке може бути представлене множиною агентів постачальників, споживачів, конкурентів, державними установами й органами місцевого самоврядування, та суб'єктами ринкової інфраструктури, до складу яких пропонувалось відносити [11, с. 21]: оптові та продовольчі ринки, агропромислові, сировинні і товарні біржі, аукціони, торгові дома, суб'єкти-по-

середники зовнішньо-економічної діяльності, логістичні і транспортні підприємства, фінансово-кредитні установи та страхові компанії, навчальні заклади, наукові центри, дорадчо-консультаційні структури.

Враховуючи особливості функціонування підприємств сільської обслуговуючої кооперації з метою вирішення проблеми кооперування пропонується підходи до формування ефективної інтегрованої структури горизонтальної чи вертикальної спрямованості. У контексті глобалізаційних впливів такі процеси, за глибоким переконанням авторів, мають позитивний вплив не тільки для держави, а і для любого економічного об'єкта. Горизонтальна інтеграція спрямована на зменшення рівня конкуренції, а вертикальна дозволяє об'єднати підприємства (економічні об'єкти), пов'язані ланцюгом доданої вартості для продукції [5, 8].

Визначаючи вертикальну інтеграцію як розширення діяльності і/або контролю економічного об'єкта (кооперативу) вздовж технологічно-розподільчо-збутового ланцюга або на попередні стадії (аж до виробництва сировини), або на наступні (аж до збуту продукції кінцевому споживачеві) з метою заміни ринкових трансакцій на інші форми контактів (внутрішні операції і процеси, довгострокові контракти тощо)» [10] зазначимо, що модель вертикально інтегрованої структури у найпростішій формі являє собою дворівневу ієрархічну структуру, яка складається з n функціонально залежних підсистем та P_m бізнес-процесів, входом яких є результати попередніх ланок ієрархії. При цьому усі підсистеми мають права прийняття рішень щодо організації відповідних бізнес-процесів у межах, визначених керуючою системою, а ієрархічне розташування підсистем (багатоешелонна структура) визначається тим, що деякі з процесів знаходяться під впливом або управляються (частково/повністю) керуючою системою [5].

Зважаючи на такі переваги вертикальної інтеграції як [1, 5, 10]: зниження ціни на кінцевий продукт при усуненні традиційної мережі розподілу, підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств, зниження трансакційних витрат, поява синергетичного ефекту від спільної діяльності, зменшення собівартості виробництва кінцевого продукту, формування верти-

кально інтегрованих структур постає важливим напрямком у відродженні сільськогосподарської обслуговуючої кооперації, удосконаленні відносин між сільськогосподарськими товаровиробниками та покращанні добробуту селян [4].

Основні особливості управління в кооперативах та, зокрема, у сільськогосподарських кооперативах визначені у законі України «Про кооперацію» та «Про сільськогосподарську кооперацію», а їх зміст полягає у такому: управління кооперативом здійснюється на основі самоврядування, гласності, участі його членів у вирішенні питань діяльності кооперативу. органами управління обслуговуючого кооперативу є загальні збори та правління. Враховуючи можливість участі кожного з учасників об'єднання в управлінні, структуру сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів як мультиагентної системи можна подати наступним чином (рис. 1) [5].

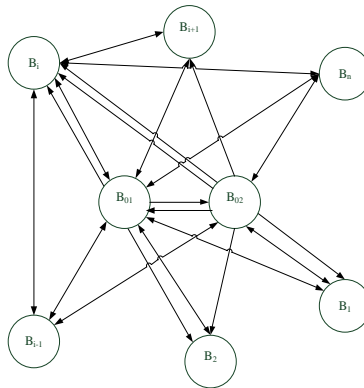


Рисунок 1 – Обслуговуючий кооператив як мультиагентна структура

У даному випадку інтегрована структура буде представлена графом, який буде складатися з $n + 1$ вершин, кожна з яких визначає тип агента, що приймає участь у кооперації. Вершини V_{01} та V_{02} – є відповідно органами управління, функції яких згідно законодавства виконують загальні збори та правління. Враховуючи, що члени сільськогосподарського обслуговуючого

кооперативу мають право ухвального голосу та беруть участь у господарській діяльності кооперативу, між кожним агентом B_i та іншими агентами у складі кооперативу встановлюється взаємодія, яка відповідає за обслуговування членів кооперативу шляхом надання послуг, передбачених статутом створеного об'єднання [5].

Враховуючи, що вищим органом управління кооперативу є загальні збори членів кооперативу, можемо записати наступне:

$$\forall B_i : B_i \cup B_{01} \neq \emptyset .$$

При цьому кожен агент B_i володіє свободою у прийнятті управлінських рішень в межах визначеної спільної стратегії та має керуючий вплив на формування цієї стратегії.

З умови, що виконавчим органом кооперативу є правління, яке очолює голова, та існують обмеження на кількість членів правління в залежності від кількості членів кооперативу, можемо зазначити таке:

$$\exists B_i : B_i \cup B_{02} \neq \emptyset .$$

Розглянемо особливості членства в обслуговуючому кооперативі. Оскільки кооперативи є неприбутковими організаціями, що створюється з метою задоволення економічних, соціальних та інших потреб членів кооперативів, введемо функцію $f(x)$ – як функцію задоволення потреб агента. При цьому потребу агента будемо розглядати згідно досліджень Клебанова Б. І., Антропова Т. В., Рябкіної О. М. як бажання перейти з одного поточного стану до іншого або бажання зберегти поточний стан, що виражається у заявці агента дію по задоволенню його потреб [5, 7]. Отже,

$$B^* = B \cup A_i \quad f(A_i) < f(B^*) \mid \forall A_i \in A, i = 1, \dots, n ,$$

де $f(A_i)$ – функція задоволення потреб агента за рахунок власних ресурсів;

$f(B^*)$ – функція задоволення потреб агента за рахунок членства в кооперативі;

A – агент зовнішнього середовища.

Такі підходи до моделювання та їх подальший аналіз у процесі організації інтегрованих структур на підприємствах сільської обслуговуючої кооперації надає можливості чітко обґрунтувати стратегії їх розвитку та підвищити ефективність їх функціонування.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бутыркин А. Я. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения в промышленности : монография / А. Я. Бутыркин. – Москва : Едиториал УРСС, 2003. – 200 с.
2. Глобальна економічна криза 2008–2010 років: світовий досвід та шляхи подолання в Україні / Механізм адаптації підприємств до зовнішнього середовища через реструктуризацію : монографія / В. П. Антонюк, М. Є. Рогоза, В. А. Ткаченко та ін. ; за заг. ред. В. І. Ляшенка. – Донецьк-Київ : Юго-Восток, 2010. – 414 с. – (С. 215–226).
3. Горьовий В. П. Менеджмент фермерських господарств [текст] : навч. посіб. / за ред. В. П. Горьового. – Київ : Центр учбової л-ри, 2014. – 366 с.
4. Иванов С. В. Модель мультиагентной системы интегрированной торговельной структуры [Електронний ресурс] / С. В. Иванов, М. Є. Рогоза, К. Ю. Вергал // Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління : матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, 15–16 листопада 2016 р. – Полтава : ПУЕТ, 2017. – С. 53–54. – Режим доступу: <http://www.ek.puet.edu.ua/files/es2016.pdf>. – Назва з екрана.
5. Иванов С. В. Особенности управления интеграционными процессами на предприятиях сельской обслуживающей кооперации / С. В. Иванов, М. Є. Рогоза, К. Ю. Вергал // Модернізація економіки та фінансової системи країни: актуальні проблеми та перспективи : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпро, 29–30 вересня 2017 р.): у 2-х ч. – Дніпро : ПДАБА, 2017. – Ч. 2. – С. 117–119.
6. Карпов Ю. Г. Имитационное моделирование систем. Введение в моделирование с AnyLogic 5 / Ю. Г. Карпов. – Санкт-Петербург : БВХ-Петербург, 2005. – 400 с.

7. Клебанов Б. И. Один подход к построению имитационной модели развития общества на основе учета потребностей агентов [Электронный ресурс] / Б. И. Клебанов, Т. В. Антропов, Е. М. Рябкина // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1; Режим доступа: www.scienceeducation.ru/121-18155. – Назва з екрана.
8. Колесніков Д. В. Створення ефективних моделей вертикально-інтегрованих структур в Україні / Д. В. Колесніков // Наука та прогрес транспорту. Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту. – 2011. – № 37. – С. 277–284.
9. Концепція розвитку фермерських господарств та сільськогосподарської кооперації на 2018–2020 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.google.com.ua/search?ei=jJFWv-fFqjF6ATsxKG4CA&q=кількість+сільськогосподарських+обслуговуючих+кооперативів+v+2016+та+2017+роках&oq=кільк>. – Назва з екрана.
10. Куц Л. Л. До питання вертикальної інтеграції / Л. Л. Куц // Інноваційна економіка. – 2012. – № 4(30). – С. 265–269.
11. Міценко Н. Г. Формування локальних інтегрованих систем за участю підприємств споживчої кооперації : автореферат на здобуття наукового ступеня д. е. н. за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами за видами економічної діяльності / Н. Г. Міценко. – Львів : ЛКА, 2015. – 45 с.
12. Рогоза М. Є. Оптимізація процесу формування моделі стратегічного інноваційного розвитку підприємства: нечіткий багатокритеріальний аналіз / М. Є. Рогоза, К. Ю. Вергал // Модели управления в рыночной экономике : сб. научн. тр., общ. ред и предисл. Ю. Г. Лысенко ; Донецкий нац. ун-т. – Донецьк : ДонНУ. – 2008. – Спец. вип. – С. 399–405.
13. Рогоза М. Є. Особливості формування та управління процесами стратегічного планування при інноваційному розвитку підприємства [Електронний ресурс] / М. Є. Рогоза, С. М. Рогоза // Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління : матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (15–16 листопада 2016 року, Полтава). – Полтава: ПУЕТ, 2016. – С. 4–6. – Режим доступу: <http://www.ek.puet.edu.ua/files/es2016.pdf>. – Назва з екрана.

14. Рогоза М. Є. Стратегічне управління: роль та визначення стратегічної інформації / М. Є. Рогоза, А. А. Скляр // Економічний Вісник Донбасу. – 2006. – № 1 (3). – С. 122–126.
15. Чому в Україні не розвиваються сільськогосподарські кооперативи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://galinfo.com.ua/news/chomu_v_ukraini_ne_rozvyvayutsya_silskogospodarski_kooperatyvy_108592.html. – Назва з екрана.
16. Michael J. Wooldridge. An Introduction to Multi-Agent Systems / Michael J. Wooldridge. – Chichester : John Wiley & Sons Ltd, 2009. – 461 p.

Д. Горбунова, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ПРИБУТОК, ЯК ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Підприємство функціонує завдяки безперервному кругообігу коштів, які розподіляються, використовуються, витрачаються як ресурси і одержуються, як доходи. Тому, фінансова діяльність підприємства не може існувати без таких грошових відносин, як: структура капіталу, фінансування підприємства, розрахунки з персоналом підприємства, постачальниками матеріально-технічних ресурсів, державними органами та споживачами.

Прибуток як поняття в економіці з'явилося разом з товарно-грошовими відносинами та розвитком інституту приватної власності. Значення прибутку співпадає з валовим доходом, який в свою чергу поділяється на такі три категорії як: доходи від капіталу, землі та праці. Тоді дохід розцінювали, як винагороду за надану послугу у господарстві.

Зі зміною часу змінювалось і поняття прибутку, А. Сміт виокремлював три поняття, перше: прибуток, як закономірний результат продуктивності капіталу. Друге: прибуток, як винагорода капіталісту за його ризикову діяльність. Третє: прибуток, як відрахування з частини неоплаченої праці робітника.

К. Маркс вважав, що прибуток – це є прояв реалізованої додаткової вартості [4].

Що стосується сучасності, то Гриньова В. М. і Коюда В. О. стверджують, що прибуток – це перевищення доходів над витратами, і прибутком може вважатися тільки та частина доданої вартості, що створена в результаті реалізації продукції (товарів), виконання робіт, надання послуг [2].

Поддєрьогін А. М. вважає, що прибуток – це частина отриманого на вкладений капітал чистого доходу підприємства, що характеризує його винагороду за ризик підприємницької діяльності. Існування прибутку пов'язане з необхідністю первинного розподілу додаткового продукту [3].

Як було зазначено, що прибуток з'явився з появою товарно-грошових відносин, тоді його відносять до фінансового результату від операційної діяльності підприємства, та джерела задоволення потреб суб'єктів господарювання що диктує сучасна ринкова економіка.

Тобто вся сутність прибутку зводиться, як до джерела задоволення потреб, оскільки саме ці потреби і є інтересами, які досягаються за допомогою цілей, завдань та коштів, які дають змогу задовольнити потреби конкретного споживача [1].

Таким чином прибуток, можна розглядати як:

- мета існування підприємства, основний спонукальний мотив до здійснення господарської діяльності підприємства;
- економічний розвиток держави. Тобто можливість виконання державної фіскальної функції, що в свою чергу здійснюється через податкову систему;
- ефективності виробничої діяльності, через рентабельність підприємства як на галузевому, регіональному і загальнодержавному рівнях;
- внутрішнє джерело формування фінансових ресурсів підприємства, що забезпечують його розвиток. Чим вищий дохід від операційної діяльності підприємства, тим більший рівень його ліквідності, самореалізація додаткових цілей на підприємстві, підвищення конкурентоспроможності підприємства і тем менша потреба у залученні додаткових коштів;
- соціальна направленість підприємства. Кошти, що оподатковуються, стають джерелом фінансування різних місцевих, регіональних, міжгалузевих та загальнодержавних соціальних про-

грам. Крім цього, можливий розвиток соціального партнерства та соціальної відповідальності підприємства перед суспільством, своїми споживачами, постачальниками та державою.

Таким чином, прибуток, можна вважати джерелом задоволення потреб тих чи інших суб'єктів господарювання. Якщо систематизувати всі трактування прибутку, як економічної категорії, прибуток – це дохід підприємства від операційної діяльності виражений у грошовій вартості, грошова компенсація за ризик, різниця між доходами і витратами підприємства, додаткові затрати на оплату та мотивацію праці, оплату за сировину та матеріали, виробництво, реалізацію, стандартизацію, сертифікацію, контроль за якістю і асортиментом номенклатури та ефективність використання виробничих ресурсів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Блудова Г. В. Визначення різних підходів щодо трактування економічної категорії «прибуток підприємства» / Г. В. Блудова // ХНЕУ. – 2012.
2. Гриньова В. М. Фінанси підприємств : [навч. посібн.] / В. М. Гриньова, В. О. Коюда. – [3-те вид., стер]. – Київ : Знання-Прес, 2006. – 423 с.
3. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств : [підручник] / А. М. Поддєрьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк та ін. ; кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. – [6-те вид., перероб. та допов.]. – Київ : КНЕУ, 2006. – 552 с.
4. Маркс К. Экономическая теория / К. Маркс, Ф. Энгельс. – [2-е изд.]. – Москва : ИНФРА, 1998. – Т. 46. – 682 с.

Я. В. Гордієнко, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

АНАЛІЗ СТАНУ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ ТА ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Метою дослідження було дослідити та проаналізувати стан та розвиток страхового ринку в Полтавській області, змодельовати та формалізувати процеси і розробити рекомендації по розвитку страхового ринку.

Об'єктом дослідження є способи, форми, методи управління ризиками та процеси обмеження збитків.

Предметом дослідження є процеси виявлення механізмів узгодження інтересів страховиків та страхувальників.

В системі фінансових механізмів захисту суспільства від несприятливих подій страховий ринок посідає важливе місце, будучи однією з найважливіших частин економічної інфраструктури країни. Він є досить важливим елементом у фінансовій системі України, оскільки за допомогою нього забезпечується перерозподіл ризиків в економіці, формується більш сприятливе для розвитку підприємництва зовнішнє середовище, знижується загальний рівень ризику [1].

Вивчення питання формування страхового ринку України та перспектив його подальшого розвитку займалися такі науковці, як О. Вірбулевська, В. Базилевич, О. Філонюк, С. Осадець, Р. Пікус, З. Шелудько та інші [2–3].

Український страховий ринок можна вважати молодим і таким, що перебуває у стадії формування. Але вже сьогодні з'являються ознаки того, що страхування стає важливішим сегментом ринкових економічних відносин. Саме страхування в змозі забезпечити не тільки безпеку, стабільність, соціальні гарантії в суспільстві через механізм страхового захисту, але у перспективі може стати серйозним механізмом перерозподілу інвестиційних ресурсів і механізмом вирішення питання зайнятості населення [4].

Дослідження динаміки кількості страхових компаній України впродовж 2005–2017 років дозволяє констатувати, що починаючи з 2005 року і до початку фінансової кризи спостерігалася тенденція до зростання загальної кількості страхових компаній. Збільшення кількості відбувалося як за рахунок страхових компаній, які спеціалізуються на довгостроковому страхуванні життя (СК «Life»), так і тих, що займаються страхуванням ризиків (СК «non-Life»). Варто відмітити, що темпи зростання кількості компаній, які спеціалізуються на страхуванні життя були вищими від темпів зростання кількості компаній, які займаються ризиковими видами страхування. Починаючи з 2008 року спостерігається тенденція до скорочення страхового ринку України у контексті зменшення кількості страхових компаній [5].

Загальна кількість страхових компаній в Україні станом на 30.09.2016 становила 323, у тому числі «life» – 43 компанії, «non-life» – 280 компаній. Кількість страхових компаній має тенденцію до зменшення, а саме: відбулося зменшення на 119 страхових компаній з кінця 2011 року до вересня 2016 року. Також спостерігається низький рівень розвитку страхування життя. Необхідно відзначити, що характерною рисою розвитку страхового ринку України є те, що він на 85,1 % складається зі страхових компаній «non-Life» (страхових компаній, які займаються ризиковими видами). Причиною низького рівня розвитку страхування життя є те, що населення України не має вільних коштів та довіри до страхової системи в цілому.

Показник кількості страхових компаній доречно розглядати разом з показником концентрації страхового ринку. Так, станом на 01.09.2016 року лише 200 страховиків «non-Life» із 280 (72 %) акумулюють 99,9 % всіх зібраних страхових премій. Тобто можемо говорити про наявність на страховому ринку «псевдострахування», оскільки 0,01 % страхових премій збирають 80 із 280 страховиків. Подібна тенденція спостерігається і на ринку страхування життя. Так, протягом досліджуваного періоду 20 СК (46,5 % загальної кількості СК «Life») акумулювали 99,4 % страхових премій. Все це підтверджує низький рівень соціальної захищеності населення України, адже надходження премій зі страхування життя та кількість страховиків по цьому виду є надто малою аби забезпечити сталий розвиток [1].

Кількість страхових компаній в Полтавській області на кінець 2017 року сягає 15. Найбільшими серед них є «Оранта», «Саламандра-Україна», «PZU Україна», «Брок-бізнес», «АХА Страхування», «Провідна», «Страхова група Тас (Кременчуцька філія) тощо.

Найпоширенішими видами страхування в області є автострахування: ОСЦПВ, ДСЦПВ, «Зелена карта», КАСКО, страхування домашнього майна, фінансових ризиків, від нещасного випадку, в т. ч. страхування життя, а в останні роки у зв'язку із масовою міграцією населення на роботу – страхування при виїзді за кордон (туристичне).

Таким чином, дослідження стану вітчизняного страхового за останні роки свідчить про те, що його можливості, як потужного інструменту соціального захисту населення, реалізуються не в повному обсязі. Вважаємо, що подальший розвиток ринку страхування в умовах інтеграції України в європейське співтовариство, повинен відбуватись у наступних напрямках: посилення державного контролю за фінансовою стійкістю страхових компаній та якістю страхових послуг; збільшення частки компаній із страхування життя; розширення якості та асортименту страхових послуг; впровадження обов'язкового медичного страхування; впровадження державних програм із страхування від стихійних лих. Рух у зазначених напрямках призведе до підвищення щільності страхового покриття та зростання соціальної захищеності населення до рівня розвинутих країн Європи.

Список використаних інформаційних джерел

1. Журавка О.С., Аналіз сучасного стану страхового ринку України / [Електронний ресурс] / О. С. Журавка, А. Ю. Васильчук. – Режим доступу: <http://www.m.nauka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=5493>. – Назва з екрана.
2. Гринчишин Я.М., Стан та перспективи розвитку страхового ринку України [Електронний ресурс] / Я. М. Гринчишин, А. В. Прокопюк. – Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/3/144.pdf>. – Назва з екрана.
3. Олійник В. М. Аналіз внутрішнього та регіонального страхового ринків України / В книзі: Олійник В. М. Економіко-математичне моделювання в розвитку страхування та управління страховими тарифами : монографія / В. М. Олійник. – Суми : Університетська книга, 2014. – 366 с. – С. 60–75.
4. Пирогова Т. В. Сучасний стан та перспективи розвитку ринку страхування в Україні / Т. В. Пирогова, Т. А. Чернявська // Молодь: освіта, наука, духовність : тези доповідей. – Ч. 1. – Київ : Університет «Україна», 2011. – 458 с. – С. 321–323.
5. Страховий ринок як індикатор рівня соціального захисту населення / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zvinfo.com/2017/02/15/розвиток-страхового-ринку/>. – Назва з екрана.

І. О. Дейнега, к. е. н., доцент;

І. Лисичук, студентка

Рівненський державний гуманітарний університет

ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КАНАЛІВ ЗБУТУ ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Ринкові умови господарювання підприємств гарантують їм свободу вибору напрямку діяльності, постачальників, умов виробництва, каналів розподілу тощо. Одночасно такі умови господарювання накладають підвищену відповідальність на підприємство за якість своєї роботи. Важливою складовою забезпечення ефективної діяльності будь-якого підприємства в ринкових умовах є вибір оптимальних каналів розподілу готової продукції та засобів стимулювання збуту.

У процесі створення системи каналів збуту промислової продукції її виробник приймає такі рішення: 1) про вибір каналу збуту, який найкраще відповідає конкретним умовам реалізації його товару; 2) про те, чи буде він користуватись у кожному географічному регіоні ринку лише одним збутовим органом, декількома збутовими органами чи продавати товар усім діючим на даному ринку торговельним посередникам; 3) про підбір конкретних збутових органів і залучення їх до співпраці в залежності від того, який це буде збут [1, с. 450].

Кожний канал характеризується притаманними йому рівнями збуту та витрат. При цьому кожне підприємство має розробити кілька ринкових варіантів, які являють собою канали з одним, двома, трьома і більше рівнями посередників [2].

Кінцева форма і структура каналу формується під впливом досягнення економічної ефективності кожного потоку в каналі і задоволення вимог споживачів до різноманітних елементів обслуговування. Серед інших факторів, що зумовлюють вибір маркетингових каналів, виділяють: репутацію торговельного підприємства як ділового партнера; фінансовий стан, ділову репутацію фірми; мінімізацію витрат на товарорух; стабільність постачання; доступність інформації; зниження ступеня ризику тощо [3].

На території України постійно розширюється мережа фірмових магазинів ТОВ «Г-Стиль» (ТМ «GOLDI Льонокомбінат») з повним асортиментом одягу з фабрик, що розташовані у Рівному, Хмельницькому та Шепетівці. Підприємство реалізує такі види збутових каналів: прямий продаж, торгівлю через незалежних посередників і торгівлю через залежних посередників. Прямий продаж здійснюється як через мережу власних фірмових магазинів, так і за допомогою Інтернет.

Мережа власних фірмових магазинів поширюється у загальнонаціональних межах на такі міста як Київ, Біла Церква, Кривий Ріг, Львів, Ковель, Володимир-Волинський, Кам'янець Подільський, Воростень. В межах Рівненської області постійні оптові покупці знаходяться у таких містечках як Рокитне, Сарни, Березне, Нетішин.

За рахунок налагодженої торгівлі через Інтернет-магазин, підприємство здійснює роздрібну торгівлю у всіх містах України. Динаміка обсягів реалізації Інтернет-магазину з вересня 2016 по січень 2017 р. представлено на рис. 1.

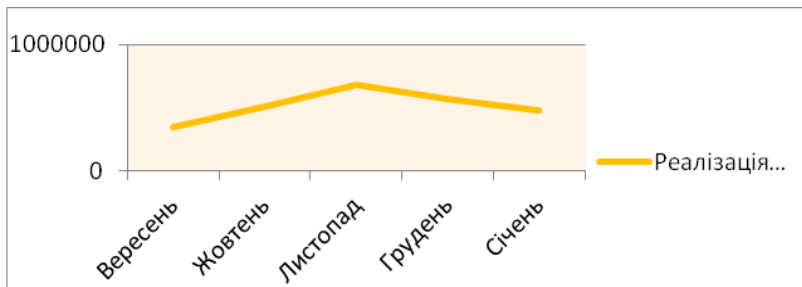


Рисунок 1 – Реалізація товарів Інтернет-магазином, 2017 р.

Замовлення роздрібної торгівлі приймаються від однієї одиниці без мінімальної суми замовлення. Для оптових клієнтів діє система знижок (табл. 1).

На акційний товар ці знижки не діють. Інтернет магазин працює по 100 % передоплаті на розрахунковий рахунок Приват-Банку. Після оплати товару замовлення відправляється перевізною компанією «Нова пошта» за вказаною адресою клієнта.

Номер товарно-транспортної накладної повідомляється СМС-повідомленням на номер клієнта. Повернення та обмін товару можна здійснити упродовж 14 днів із моменту оплати товару.

Таблиця 1 – Система знижок для оптових покупців

№ з/п	Сума замовлення, грн	Знижка, %
1	5 000	5
2	10 000	10
3	20 000	15
4	50 000 і більше	20

Торговельні приміщення, в якому реалізується продукція підприємства, включають торговельні зали та приміщення для обслуговування покупців. Торговельна площа магазину ТОВ «Т-Стиль» у м. Рівне становить 2 800 м², у тому числі площа торговельного залу 2 000 м². Торговельний зал має форму квадрата, що дає змогу найбільш раціонально розташувати обладнання, а покупцям легше орієнтуватися, що, в свою чергу, забезпечує раціональну направленість їх потоку. До підсобних приміщень ТОВ «Т-Стиль» відносяться приміщення для зберігання запакованого одягу, інвентарю, спеціального одягу, майстерню по ремонту браку одягу, виготовлення рекламно-декоративних засобів, приміщення для прийому бракованого одягу.

На рис. 2 відображено відвідуваність магазину ТОВ «Т-Стиль» у м. Рівне у найбільш відвідуваний день тижня – п'ятницю. Варто зазначити, що у всі інші дні тенденція стосовно інтенсивності руху потоку покупців протягом дня зберігається.

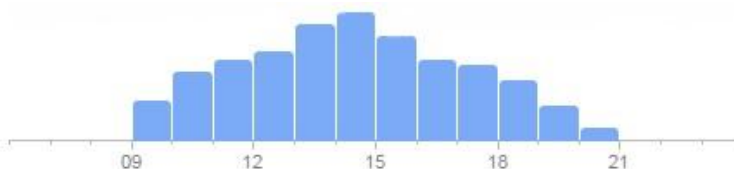


Рисунок 2 – Відвідування покупцями магазину ТОВ «Т-Стиль»

Таким чином, збут продукції промислового підприємства має свої певні специфічні особливості, які обумовлені можливістю вибору видів каналу розподілу та форм роботи із кінцевими споживачами та посередниками.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бойчук І. В. Маркетинг промислового підприємства : навч. посіб. / І. В. Бойчук, А. Я. Дмитрів – Київ : «Центр учбової л-ри», 2014. – 620 с.
2. Кальченко А. Г. Логістика [Електронний ресурс] / А. Г. Кальченко. – Режим доступу: <http://studentbooks.com.ua/content/view/126/76/1/7/>. – Назва з екрана.
3. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу [Електронний ресурс] / О. А. Біловодська.– Режим доступу: http://pidruchniki.com/1584072018799/marketing/marketingova_politika_rozpodilu. – Назва з екрана.

М. Б. Драпата, студентка

Рівненський державний гуманітарний університет

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК СПОСІБ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

В процесі розвитку організації, що веде до змін та удосконалення діяльності підприємства, корпоративна культура виступає з'єднувальною ланкою. Завдяки комплексності вона, з одного боку, задає етику і естетику організації, обмеження і можливості, об'єднуючи її персонал; з іншого боку – можливість реалізації системоутворюючих функцій організації, її технологічні переваги і правила, і, нарешті, сприйняття і ставлення до вимог зовнішнього і внутрішнього середовища.

Для забезпечення успішного і ефективного впровадження змін в компанії і, в свою чергу, максимізувати цінність людських ресурсів, потрібне свідоме та цілеспрямоване управління корпоративною культурою. Здатність управляти корпоративною культурою повинна стати обов'язковим аспектом діяльності керівників, адже її правильне формування є істотним чинником успіху організації. Важливим є визначення правильної, найбільш

підходящої для компанії корпоративної культури і її зміна відповідно до поставлених пріоритетів.

Основними завданнями при управлінні корпоративною культурою є виділення її основних характеристик, ефективне регулювання ними, забезпечення єдності між базовими і вторинними характеристиками, запобігання конфліктів. Однак, управління корпоративною культурою неможливо без розуміння сутності цього поняття.

В цілому корпоративну культуру можна визначити як сукупність зв'язків, що підтримують організаційні відносини людей. Заснована корпоративна культура на формальних і неформальних правилах і нормах діяльності, що включають такі елементи, як стиль керівництва, звичаї, традиції, віру, символіку, особливості поведінки персоналу, показники задоволеності працівників умовами праці, перспективи розвитку тощо [3].

Корпоративна культура – це сукупність моделей поведінки, які набулі, засвоєні організацією в процесі адаптації до зовнішнього середовища та внутрішньої інтеграції, які показали свою ефективність і поділяються більшістю членів організації. Компонентами корпоративної культури є прийнята система лідерства, стилі й методи вирішення конфліктів, діюча система комунікації, місце співробітника в організації, загальноприйнята символіка та традиції [2, с. 7].

Можемо сказати, що корпоративна культура – це свого роду візитна картка підприємства, оскільки вона є відображенням тих поглядів, яких дотримується керівництво компанії. Це багаторівнева структура, компонентами якої є філософія компанії, загальнолюдські і ділові етичні стандарти, ієрархія виробничих відносин, поведінкові норми. Більшою мірою вона є елементом внутрішньої саморегуляції і самоконтролю, відданості працівників своєму підприємству, що досягається керівниками.

Успішний розвиток будь-якого підприємства, його висока конкурентоспроможність, здатність ефективно функціонувати багато в чому залежить від відданості його персоналу своїй роботі, від того наскільки особисті цілі й потреби працівників збігаються зі стратегічними цілями, що стоять перед ним. Значення корпоративної культури у формуванні та розвитку такої

прихильності важко переоцінити, завдяки їй персонал починає ототожнювати себе і своє благополуччя з компанією і її успішною роботою на ринку, що виражається в прагненні працювати навіть за меншу винагороду і з більшим навантаженням, при цьому максимально використовую свій потенціал. Прихильність персоналу компанії веде до об'єднання, згуртування для вирішення цілей, мотивує працівників докладати максимальні особисті зусилля і підвищує лояльність – емоційну прихильність до колективу і підприємства.

Корпоративна культура, сформована з урахуванням поглядів та цінностей персоналу компанії, дозволяє підтримувати в організації сприятливий психологічний клімат, творчу атмосферу, що є одними з найважливіших стимулюючих нематеріальних чинників. Ідентифікуючи себе і свої життєві цілі з процвітанням та розвитком компанії, працівники можуть піти на деякі жертви матеріального плану заради того, щоб відчувати себе і залишатися членами її колективу.

Можна зробити висновок, що для забезпечення стабільного розвитку підприємства, досягнення поставлених цілей та підвищення ефективності його діяльності, керівництву слід формувати та розвивати корпоративну культуру, яка, в свою чергу, буде відображати внутрішні та зовнішні інтереси компанії. Тільки в такому випадку корпоративна культура стає інструментом управління персоналом і зможе виконувати ті функції, які матимуть позитивний вплив на стан підприємства і взаємини його працівників. Вона повинна знаходитися в центрі постійної уваги керівників.

Список використаних інформаційних джерел

1. Воронкова А. Е. Корпорації: управління та культура : монографія / А. Е. Воронкова, М. М. Баб'як, Е. Н. Коренев, І. В. Мажура. – Дрогобич : Вимір, 2006. – 376 с
2. Дяченко Т. О. Взаємозв'язок розвитку корпорацій із застосуванням корпоративної культури / Т. О. Дяченко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 10. – С. 7–10.
3. Тарасова О. В. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства / В. В. Тарасова // Економіка харчової промисловості. – 2013. – № 3(19). – С. 28–32.

4. Чернишова Т. О. Деякі аспекти корпоративної культури організації / Т. О. Чернишова, Т. А. Немченко // Наукові праці КНТУ, Економічні науки. – Кіровоград: КНТУ, 2010. – Вип. 17. – С. 25–31.

О. Г. Захарченко, к. е. н.

Таверійський державний агротехнологічний університет

ФАКТОРИ ЗМЕНШЕННЯ ЕНЕРГОЄМНОСТІ ТРАНСПОРТУВАННЯ НАСІННЯ СОНЯШНИКА

Транспортування ресурсів та сільськогосподарської продукції – невід’ємна складова діяльності логістичних систем. Неодмінною умовою ефективного розвитку транспортно-логістичної підсистеми є мінімізація енерговитрат. Це зумовило необхідність обґрунтування зменшення транспортних витрат. Ефективність транспортної логістики в аграній сфері залежить від багатьох чинників: наявності енергоощадних транспортних засобів, забезпеченість шляхами з твердим покриттям, рівня кваліфікації персоналу, що займається транспортними та вантажно-розвантажувальними операціями. В умовах перманентного здроження пального для транспортних засобів актуалізуються питання енергозаощадження.

Аналіз наявних технологій вирощування високотоварної культури – соняшника, показав, що у структурі прямих витрат енергії 30 % припадає на транспортування. Прямі витрати палива при транспортуванні залежать від групи факторів: відстані перевезень, вантажопідйомності транспортного засобу, типу дорожнього покриття, класу вантажу, технічного стану двигуна та паливної апаратури, загального технічного стану транспорту, кваліфікації водія, витрат часу на простой та холості пробіги.

На нашу думку, зменшення питомих енерговитрат при транспортуванні продукції можна реалізувати трьома факторними напрямками: організаційно-економічним, техніко-технологічним та соціально-психологічним (табл. 1).

Другий клас вантажу, до якого належить насіння соняшника, характеризується великим питомим обсягом і об’ємною масою, що забезпечує використання вантажопідйомності автотранспор-

ту лише на 71–99 %. Як приклад, середня об’ємна маса насіння соняшника складає 360 кг/м³, а зерна пшениці – 760 кг/м³, що майже удвічі більше. Тому для зменшення питомих енерговитрат при транспортуванні насіння соняшника з поля до току і далі до сховища виникає необхідність у використанні спеціального рухомого складу.

Таблиця 1 – Фактори зниження питомих енерговитрат при транспортуванні матеріально-технічних ресурсів та насіння соняшника

Група фактору	Складові чинники
1	2
Організаційно-економічні фактори	<ul style="list-style-type: none"> – якісний збір інформації, розробка та удосконалення інформаційної бази; – планування роботи автотранспорту, узгодження норм витрат пального відповідно технічного стану автомобіля і умовам їх експлуатації; – організація агроформувань для спільного використання техніки; – впровадження логістичної служби в організаційну структуру підприємства; – впровадження автоматизованої системи диспетчерського контролю та управління перевезеннями сільськогосподарських вантажів; – оптимізація маршрутів руху транспорту; – встановлення систем обладнання для контролю витрат палива; – підвищення коефіцієнту використання вантажопідйомності рухомого складу та коефіцієнту використання пробігу; – запровадження винагороди водію за економне використання палива; – підвищення рівня кваліфікації водіїв, інженерно-технічних працівників та працівників логістичної служби; – збільшення економічності транспортних засобів за рахунок використання причепів;

1	2
Організаційно-економічні фактори	<ul style="list-style-type: none"> – оновлення автопарку; – використання якісного та економічного палива за євро-стандартами; – використання автомобілів з дизельними двигунами та газобалонних авто;
Техніко-технологічні	<ul style="list-style-type: none"> – застосування сучасного обладнання для діагностики, технічного обслуговування та ремонту транспортних засобів та їх механізмів;
Соціально-психологічні фактори	<ul style="list-style-type: none"> – ціннісні настанови на необхідність економії паливно-мастильних матеріалів; – бажання економно використовувати енергетичні ресурси; – сумлінне ставлення до роботи; – економія палива як мотив, необхідний для функціонування підприємства – джерела отримання заробітної плати.

Джерело: узагальнено з урахуванням джерел [2, 3]

Використання сучасних автопотягів дозволяє удосконалити технологічні процеси сільського господарства, елементом яких є транспортування.

Використання сучасних автомобілів значно збільшує рівень використання вантажопідйомності та пробігу, що є головним джерелом скорочення енергоємності одиниці транспортної роботи.

На нові моделі зерновозів виробники також можуть встановлювати електронну систему контролю витрат палива, яка дозволяє водію обирати більш економічний режим руху автомобіля і унеможливує несумлінне відношення до затрат енергоресурсів.

У табл. 2 наведено аналіз найбільш поширених марок самоскидів, які відповідають вимогам сучасності. Усі самоскиди (за винятком КамАЗ 65115-863-03 з газобалонним устаткуванням)

обладнані дизельними двигунами і відповідають європейським стандартам якості.

Таблиця 2 – Енергосміність транспортування насіння соняшника автомобілями-самоскидами

Марка автомобіля	Тип двигуна	Коефіцієнт вантажопідйомності	Номінальна вантажопідйомність, т	Обсяг перевезеного соняшника, т	Вартість автомобіля, тис. грн	Норма витрат пального на 100км пробігу, л	Питома витрати пального, л/т-км	Вартість пального на 1 т-км, грн
КамАЗ 53215 «Ставр» (Е-2)	диз.	0,80	10,50	8,40	485,0	28	0,043	0,42
Ford Cargo 2535F AGRO (Е-3)	диз.	0,62	17,00	10,50	825,0	37	0,046	0,44
Ford Cargo 3535D AGRO (Е-3)	диз.	0,42	21,50	9,10	900,3	36	0,051	0,49
КамАЗ-45144-061 (Е-2)	диз.	0,48	14,00	6,65	580,0	28	0,055	0,53
КамАЗ 6520 AGRO (Е-2)	диз.	0,46	20,00	9,10	747,1	39	0,056	0,54
МАЗ-5516А8-336 (Е-3)	диз.	0,41	19,00	7,70	798,3	34	0,057	0,55
МАЗ-555102-4227 (Е-2)	диз.	0,60	9,00	5,43	403,3	24	0,058	0,55
КамАЗ-45143-012-15 (Е-2)	диз.	0,54	10,00	5,39	480,0	28	0,068	0,65
МАЗ-551608-236 (Е-2)	диз.	0,41	19,00	7,70	716,2	40	0,068	0,65
КамАЗ-45142-010-15 (Е-2)	диз.	0,27	14,50	3,85	476,5	28	0,095	0,91
КамАЗ 65115-863-03	газо-бал	0,25	13,80	3,50	842,4	40	0,149	0,97

Джерело: * розраховано автором, нормативні показники [1]

З наведених даних (табл. 2) бачимо, що найбільший коефіцієнт використання вантажопідйомності має самоскид КамАЗ 53215 «Ставр» (0,8) та Ford Cargo 2535F AGRO (0,62), MAZ-555102-4227 (0,6).

Приведений модельний ряд визначає найбільш економічні марки за показником питомих витрат палива на 1 т-км. Ними є КамАЗ 53215 «Ставр» (0,043 л/т-км) та Ford Cargo 2535F AGRO (0,046 л/т-км). Так, за рахунок вибору автомобіля можна скоротити витрати палива на одиницю роботи у 3,5 рази.

Дослідження процесу транспортування матеріально-технічних ресурсів та насіння соняшника дало змогу визначити три групи факторів, комплексне використання яких дає змогу знизити зокрема енергоємність транспортування насіння соняшника.

Отже, за рахунок використання сучасних самоскидів з відповідно обладнаними причепами існують значні резерви скорочення питомих витрат палива на одиницю транспортної роботи.

Список використаних інформаційних джерел

1. Норми продуктивності та витрат палива на перевезенні вантажів автомобільним транспортом в агропромисловому комплексі / за ред. В. В. Вітвицького – Київ : Український науково-дослідний інститут продуктивності агропромислового комплексу, 2002. – 208 с.
2. Перебийніс В. І. Транспортний менеджмент і транспортний маркетинг виробничо-комерційної діяльності : монографія / В. І. Перебийніс, Л. М. Болдирева, О. В. Перебийніс. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2009. – 201 с.
3. Перебийніс В. І. Транспортно-логістичні системи підприємств: формування та функціонування : монографія / В. І. Перебийніс, О. В. Перебийніс – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2005. – 207 с.

О. В. Калініченко, к. е. н., доцент
Полтавська державна аграрна академія

ТЕОРЕТИЧНА СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЙ «ЕНЕРГЕТИЧНИЙ ЕФЕКТ» ТА «ЕНЕРГЕТИЧНИЙ ЕФЕКТ В РОСЛИННИЦТВІ»

Визначення категорії «енергетичний ефект» має важливе як наукове, так і практичне значення. Вказаний показник є об'єктивними індикатором ступеня ефективності діяльності аграрного підприємства, галузей, а також енергетичної доцільності та екологічної безпечності існуючих та перспективних технологій виробництва сільськогосподарської продукції.

Енергетична оцінка є надійною методологічною базою при порівняльній оцінці ефективності використання природних ресурсів, енергетичних витрат та отриманої енергетичної цінності різних видів сільськогосподарської продукції. Вона дозволяє розробляти науково обгрунтовані, ресурсо- та енергозберігаючі технології з раціональним використанням природних ресурсів, а також порівнювати альтернативи їх застосування.

Енергетична оцінка виробництва продукції рослинництва проводиться для визначення ступеня використання засобів виробництва, сонячної радіації, ґрунтово-кліматичних умов та інших чинників, що впливають на урожайність сільськогосподарських культур, дозволяє встановити екологічно допустимі межі енергонавантаження на одиницю земельної площі.

Енергетична оцінка сільськогосподарського виробництва, на відміну від вартісної, дає можливість визначати результативність здійснених витрат незалежно від кон'юнктури ринку та інфляції. Проте, енергетична оцінка розглядається як додатковий засіб до основного – економічного та екологічного дослідження. Причина цього – недостатня розробленість методичних підходів до енергетичної оцінки, несвоєчасна їх адаптація щодо новітніх засобів виробництва та складність впровадження у практику господарювання.

Рослинництво є галуззю сільськогосподарського виробництва, в якій відбувається процес перетворення поновлюваної енергії (сонячна радіація; енергопотенціал ґрунту; температура повітря і ґрунту), непоновлюваної енергії (енергетичні ресурси –

бензин, дизельне паливо, електроенергія; енергія, уречевлена в мінеральних та органічних добривах, пестицидах; енергія, уречевлена в насінні; енергія, уречевлена в техніці та обладнанні; енергія, уречевлена в будівлях та спорудах) та енергії живої праці на потенційну енергію органічної речовини.

У сільськогосподарському виробництві категорія «енергетичний ефект» відображає абсолютний показник (величину) будь-якого кінцевого результату (як позитивний – коли зміни є корисними, так і негативний, коли зміни деструктивні, або нульовим, коли змін немає) отриманого у ході виконання операцій чи реалізації процесу (заходів).

Енергетичний ефект може мати багатоаспектний характер (табл. 1).

Таблиця 1 – Класифікація енергетичних ефектів

Вид ефекту	Характеристика
1	2
Попередній енергетичний ефект	Визначають при необхідності обґрунтування перспективного нововведення
Очікуваний енергетичний ефект	Визначають у процесі вибору варіанта реалізації програми енергозбереження
Потенційний енергетичний ефект	Ґрунтується на розрахунку максимального використання певного виду енергозберігаючої техніки чи технології
Гарантований енергетичний ефект	Потенційний результат завершеної науково-технічної розробки внаслідок її приймання замовником
Фактичний енергетичний ефект	Дозволяє оцінити фактичний результат здійснення програми енергозбереження. Результати розрахунків використовують для кінцевої оцінки енергетичної економії обраних варіантів енергетичних витрат
Розрахунковий енергетичний ефект	Ефект, який не включається у планові та звітні документи
Плановий енергетичний ефект	Визначають на етапі впровадження заходів програми енергозбереження у виробництво. Такі розрахунки можуть використовуватися на різних стадіях розробки і реалізації програми енергозбереження

1	2
Річний енергетичний ефект	Визначається як підсумок річних енергетичних ефектів
Питомий енергетичний ефект	Визначається шляхом ділення кількості заощаджених енергетичних ресурсів на капітальні вкладення у енергозберігаючу техніку
Інтегральний енергетичний ефект	Ефект узагальнює заощадження усіх видів енергетичних ресурсів, що досягається внаслідок реалізації програми енергозбереження

Джерело: узагальнено автором за даними [1, с. 56; 2, с. 66]

«Енергетичний ефект в рослинництві» досягається шляхом позитивного результату у зменшенні сукупних витрат енергетичних ресурсів на одиницю земельної площі або одиницю продукції рослинництва без зменшення обсягу виробництва (або збільшенні обсягу виробництва продукції рослинництва) та погіршення якості продукції за найменшого негативного впливу на навколишнє середовище.

Енергетичний ефект в рослинництві визначається за досягнутим рівнем відносно бажаного результату (обсягу заощадження чи фактичної кількості споживання) енергетичних ресурсів. Енергетичний ефект може розраховуватися в межах звітного періоду чи у розрахунку на весь термін використання відповідної енергозберігаючої техніки, обладнання, застосування енергозберігаючих технологій.

Таким чином, збільшення позитивного енергетичного ефекту в галузі рослинництва сприяє отриманню більш результативного виробництва продукції рослинництва (збільшення урожайності, валової продукції) за мінімальних витрат енергетичних ресурсів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Аграрная экономика : учебник. / под ред. М. Н. Мальша. – 2-е изд. перераб. и доп. – Санкт-Петербург : Издательство «Лань», 2002. – 688 с.

2. Гришко В. В. Енергозбереження в сільському господарстві (економіка, організація, управління) / В. В. Гришко, В. І. Пербийніс, В. М. Рабштина. – Полтава : ВАТ «Видавництво «Полтава», 1996. – 280 с.

С. О. Коробка, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ І ТЕХНОЛОГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Сучасний етап розвитку економіки України характеризується необхідністю розвитку перспективних напрямків науки і техніки і підвищенням ефективності виробництва з метою доведення якості продукції до світових стандартів. Для вирішення цієї задачі керівництву підприємств потрібна оперативна достовірна інформація про фактичний стан виробництва, потребах у ресурсах, ситуації на ринку [1].

Одним з ефективних напрямків удосконалення управління підприємством є розробка и впровадження сучасних інформаційно-управляючих систем і технологій. Нові інформаційні технології управління підприємством є важливим і необхідним засобом, який дозволяє: швидко, якісно і надійно виконувати отримання, облік, зберігання і обробку інформації; значно скоротити управлінський персонал підприємства, який займається роботою по збору, обліку, зберіганню і обробці інформації; забезпечити у потрібні терміни керівництву і управлінсько-технічний персонал підприємства якісною інформацією; своєчасно і якісно вести аналіз і прогнозування господарської діяльності підприємства; швидко і якісно приймати рішення по усіх питаннях управління підприємством.

Отже, створення кожної конкретної ІС підприємства повинно розглядатись і вирішуватись комплексно, в декількох аспектах: організаційному (принципи організації ІС і взаємодія її елементів), технологічному (методи обробки Інформації і технологія реалізації цих методів), технічному (можливості сучасних засобів обчислювальної та організаційної техніки). Оптимальна організація системи [3].

Інформаційного забезпечення є одним із основних факторів, що визначає надійність й ефективність управління в цілому. У багатьох наукових роботах виділяють такі види інформаційних систем [2]: інформаційно-пошукові, інформаційно-довідникові, інформаційно-консультативні. Основою для такої класифікації, як правило, служать комплекси використовуваних методів і засобів їх реалізації, технологічні процеси обробки даних, види і форми оброблюваної інформації, функціональна орієнтація системи. З позиції вказаних ознак класифікації перелік самостійних видів ІС можна було б продовжити, включивши в нього, наприклад, такі, як діалогові, до запитання та ін. Проте такий підхід у методичному плані не можна визнати правильним, У рамках управління одним і тим же промисловим підприємством довелось б конструювати множину різних ІС. Очевидно, мова повинна йти про різні режими функціонування єдиної ІС підприємства чи її елементів: інформаційно-пошуковий, діалоговий, до запитання, режим реального часу. Щодо банків даних, то вони є ефективним методом конструювання головного елемента будь-якої інформаційної системи – її інформаційного фонду (із забезпеченням програмних засобів доступу до нього) [4]. Звичайно, що в деяких випадках при розробці вузькоспеціалізованих систем (довідково-бібліографічних, довідково-інформаційного обслуговування та ін.) можна говорити про них, як про відносно самостійні види інформаційних систем.

Список використаних інформаційних джерел

1. Інформаційні системи і технології на підприємстві : конспект лекцій / М. В. Гомонай-Стрижко, В. В. Якімцов. – Львів : НЛТУ України, 2014. – 200 с.
2. Інформаційні технології та системи : опорний конспект лекцій / уклад. С. І. Мельник, Н. В. Москаленко. – Київ : КНТЕУ, 2004. – 93 с.
3. Плескач В. Л. Інформаційні технології та системи: підручник / В. Л. Плескач, Ю. В. Рогушина, Н. П. Кустова. – Київ : Книга, 2004. – 520 с.
4. Ситник В. Ф. Основи інформаційних систем : навч. посіб. – Київ : КНЕУ, 2001. – 420 с.

А. О. Кравчук, студентка

Рівненський державний гуманітарний університет

КОМПЕТЕНТНІСТЬ ПРАЦІВНИКІВ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

В мінливих умовах ринкового середовища запорукою успішного функціонування підприємства є персонал. А накопичені персоналом знання, вміння, навички та досвід стають найголовнішим показником успіху в умовах конкуренції. Не останнє місце в переліку вимог до працівника посідає професійна компетентність.

Поняття професійної компетентності персоналу з'явилося в науковій літературі в англomовних країнах в середині 60-х років минулого століття. Вперше це поняття застосував американський вчений Д. МакКлеланд. Він характеризував ряд певних якостей особистості, які найтісніше пов'язані з успішним виконанням роботи і високою мотивацією персоналу. Д. К. МакКлеланд визначив компетентність як базову якість індивіда, яка впливає на ефективність роботи, яка виконується. Саме мотиви, психофізіологічні особливості, Я-концепція, знання, навички є основними базовими характеристиками особистості [4].

На думку ж психолога Дж. Равена, компетентність – це специфічна здібність, яка необхідна для ефективного виконання конкретної дії у конкретній предметній галузі і яка включає вузькоспеціальні знання, особливого роду предметні навички, способи мислення, а також розуміння відповідальності за власні дії. [3].

Узагальнюючи думки науковців, варто зазначити, що поняття компетентності персоналу найчастіше розглядають як властивість, що притаманна людині, яка має знання і досвід, авторитет у якійсь галузі, добре поінформована, здатна ефективно та якісно розв'язувати професійні завдання.

Компетентність, як і будь-яка інша якість особистості, завжди формується і проявляється тільки у процесі відповідної діяльності, за умов глибокої особистісної зацікавленості людини у цьому виді діяльності. Тому компетентність є також й оцінною категорією, оскільки вона характеризує людину як суб'єкта спе-

ціалізованої діяльності, а також рівень сформованості та розвитку здатності людини кваліфіковано розв'язувати складні професійні завдання, планувати і здійснювати дії, що призводять до раціонального й успішного досягнення поставлених цілей, приймати рішення у складних ситуаціях та брати на себе відповідальність за їх наслідки.

В основі концепції професійної компетентності лежить ідея виховання компетентного працівника, який не лише має необхідні знання, професіоналізм, але й уміє діяти адекватно у відповідних ситуаціях, застосовуючи ці знання, й бере на себе відповідальність за певну діяльність. В умовах конкуренції основними пріоритетами фахівця стосовно професійної компетентності з'являються вміння пристосовуватися до швидких змін і нових потреб ринку праці, бути освіченим щодо інформації, уміти її аналізувати, активно діяти, швидко приймати рішення й навчатися упродовж всього життя [5].

Отже, щоб бути компетентним (вміти виконувати поставлені вимоги та завдання), потрібно володіти компетенціями (мати ділові, професійні та особистісні якості). Наявність широкого асортименту компетенцій визначають належний рівень професійної компетентності фахівця та є джерелом його розвитку й ефективності в умовах конкуренції [1].

Слід зазначити, що загальну компетентність працівників можна поділити на такі складові, утворивши таким чином модель компетентності: професійна компетентність (теоретичні знання, практичне застосування), соціальна компетентність (здатність до ефективної взаємодії і конструктивного спілкування), методична компетентність (здатність самостійно розв'язувати проблеми, здатність організувати свою роботу), особистісна компетентність (реальна самооцінка; відповідальність; культура праці; здатність до соціальної та професійної адаптації; саморозвиток, самонавчання).

Елементи кожної складової моделі компетентності становлять окремі компетенції працівників, деякі з яких можливо назвати ключовими, тобто найбільш суттєвими для персоналу взагалі або для персоналу конкретного підприємства.

За загальною класифікацією Е. Е. Лінчевського до ключових компетенцій відносяться кваліфікація працівників; орієнтація діяльності; мотивація; ерудиція; афіліація (почуття причетності до цінностей групи та впевненість, що ти цією групою прийнятий) та почуття власної гідності; інтуїція; стиль діяльності та керівництва; відповідність суб'єкта системі, якою управляють (прийняття чи не прийняття суб'єкта системою, якою управляють) [3].

С. Воробей називає такі ключові компетенції: професіоналізм, якість праці, самостійність, орієнтованість на споживача, корпоративність, інтенсивність, орієнтація на розвиток [2].

Не викликає сумніву значний вплив рівня компетентності персоналу підприємства на загальний стан трудового потенціалу, потенціалу підприємства в цілому, і, таким чином, на забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Отже, узагальнюючи вищесказане, можна зробити висновок, що професійна компетентність персоналу – це професійно-статутні можливості щодо здійснення людиною її повноважень у професійній діяльності; це широкий набір професійних знань, умінь та навичок, які можна використовувати в різних ситуаціях. Професійна компетентність персоналу обов'язково повинна включати особистісний та соціальний компонент, що визначається активністю особистості до спільної діяльності в команді та реалізації поставленої мети.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бузько Р. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах сучасного розвитку ринку праці : [монографія] / Р. Бузько, О. В. Вартанова, Г. О. Надьон. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля. – 2009. – 304 с.
2. Воробей С. Модель компетенций как элемент системы управления персоналом / С. Воробей // *Новости турбизнеса*. – 2007. – № 9. – С. 46–47.
3. Линчевский Э. Э. Мастерство управленческого общения: руководитель в повседневных контактах и конфликтах / Э. Э. Линчевский. – Санкт-Петербург : «Речь», 2002. – 292 с.

4. МакКлеланд Д. К. Тестування для компетенції, а не для інтелекту / D. C. McClelland // Американський психолог. – 1973. – № 28. – С. 1–14.
5. Тараненко І. Розвиток життєвої компетентності та соціальної інтеграції: досвід Європейських країн / І. Тараненко ; за ред. Єрмакова І. Г. // Кроки до компетентності та інтеграції в суспільстві. – Київ : «Контекст», 2000.

***В. О. Левчишин**, студент; **С. М. Нікшич**, к. е. н., доцент
Рівненський державний гуманітарний університет*

СУЧАСНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ У КОЛЕКТИВІ

Сучасні підприємства у яких працюють тисячі людей, щодня стикаються з найрізноманітнішими видами конфліктів, які пов'язаними з «людським фактором». Значною мірою причинами їх виникнення є відмінності працівників організації за віком, освітою, стажем роботи, а також різноманітністю особистих якостей, цінностей, інтересів, поглядів на проблеми, що виникають у процесі роботи. У деяких випадках конфлікт, який правильно управляється, може бути корисним, якщо це сприяє створенню умов для здорової конкуренції. Проте конфлікт може також мати згубний ефект. Тому знання особливостей основних процесів управління конфліктами є важливою складовою діяльності менеджера з персоналу.

Розглянемо безпосередньо сутність поняття конфлікт. Конфлікт – це відсутність згоди між двома або більшою кількістю сторін, які можуть бути конкретними особами або групами [2, с. 124]. Конфлікт – це сигнал того, що відбулося щось негарне у відносинах між людьми, якісє розбіжності, з іншого боку – це розбіжності, що дозволяють виявити хвору, слабку ланку в ланцюзі виробничих або особистісних відносин колективу організації [3, с. 86]. Проаналізувавши дані визначення можна підійти до висновку, що управління конфліктами – це цілеспрямована діяльність спрямована на часткову мінімізацію або цілковиту ліквідацію причин появи конфлікту.

Управління конфліктом може виражатися у врегулюванні, завершенні, запобіганні, профілактиці, ослабленні, придушенні, відстрочці тощо [1, с. 86]. При цьому, головними методами управління конфліктом виступають: суперництво – спосіб, орієнтований на владу, на ствердження власного положення, тобто коли один задовольняє свої потреби за рахунок іншого, або може означати «відстоювання своїх прав», захист своєї точки зору; узгодження – протилежність суперництву, коли людина ігнорує свої власні потреби, щоб задовольнити потреби іншого, тобто в цьому випадку присутній елемент самопожертви, великодушності та милосердя; ухил (відсторонення) – дипломатичне відкладання вирішення питання до кращих часів, невпевнений спосіб управління конфліктом; співробітництво – протилежність ухилу, передбачає спроби вироблення спільного рішення і може приймати форму розбіжностей для з'ясування обох точок зору та вирішення взаємних проблем; компроміс – знаходження взаємовигідного рішення шляхом взаємного бажання йти на примирення, зниження напруги та прояви поступок [4, с. 68].

Варто зазначити, що сьогодні зарубіжний досвід демонструє нові підходи до вивчення та розв'язання конфліктів. Серед яких необхідно виділити теорію гри, яка передбачає моделювання конфлікту, де два гравці повинні приймати оптимальне рішення, керуючись інформацією стосовно один одного. А також, великий інтерес викликає і математичний підхід, представники цього підходу, використовуючи різнопланові математичні структури і моделі. При цьому сторони, або опоненти конфлікту створюють нову цілісність – надсистему, якій притаманні самостійні якості, що не спостерігаються в жодній із сторін, але яка значною мірою впливає на поведінку систем.

Отже, процес управління конфліктами включає в себе постійний пошук нових ідей і підходів для ефективного їх розв'язання. Керівник колективу повинен уміти успішно використовувати кожен із методів вирішення конфліктної ситуації, враховуючи конкретні обставини. Також, керівнику у конфлікті потрібно вміти поступатися, йти на розумний компроміс, встановлювати партнерські стосунки й водночас відстоювати власну позицію, розширюючи арсенал стилів, а не діяти за єдиним стандартом.

Список використаних інформаційних джерел

1. Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіону : збірник матеріалів регіональної науково-практичної конференції. – Красноармійськ : КП ДонНТУ, 2010. – 408 с.
2. Тирпак І. В. Основи економіки та організації підприємництва / І. В. Тирпак, В. І. Тирпак, С. А. Жуков. – Київ : Кондор, 2011. – 284 с.
3. Горфінкель В. Я. Економіка підприємства / В. Я. Горфінкель. – Київ : Проспект, 2013. – 670 с.
4. Сочинська-Сибірцева І. М. Роль креативних методів в системі управління конфліктними ситуаціями / І. М. Сочинська-Сибірцева // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. –2009. – Вип. 15. – С. 62–67.

А. С. Лесюк, аспірант

Полтавська державна аграрна академія

ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

В сучасних умовах господарювання функціонування будь-якого сільськогосподарського підприємства залежить від виробничої, фінансової та інвестиційної діяльності що є відображенням фінансової стійкості.

Під фінансовою стійкістю сільськогосподарського підприємства слід розуміти його здатність, за рахунок власних оборотних коштів, забезпечувати (покривати) запаси та своєчасно розраховуватися за свої зобов'язання і недопускати невиправданої дебіторської заборгованості.

Фінансова стійкість сільськогосподарського підприємства залежить від оптимальної структури джерел капіталу (співвідношення власного та позикового капіталу), оптимальної структури активів (необоротні та оборотні активи), а також врівноваженості активів та пасивів.

Оцінка показників структури джерел формування капіталу сільськогосподарських підприємств України свідчить про те, що на кінець 2015 р. частка власного капіталу у валюті балансу

становила 40,1 %. Коефіцієнт концентрації позикового капіталу відповідно збільшився з 0,456 у 2011 р. до 0,599 у 2015 р., дані зміни свідчать про високий рівень фінансової залежності сільськогосподарських підприємств від кредиторів.

За 2011–2015 рр. спостерігається тенденція до зниження рівня фінансової стійкості сільськогосподарських підприємств. Так, за коефіцієнтом фінансового ризику в 2011 р. на 1 грн власного капіталу припадало 83,8 коп позикового капіталу, а в 2015 р. – 149,1 коп. Частка довгострокових зобов'язань і забезпечень знизилася з 29,7 % у 2011 р. до 16,6 % у 2015 р., а поточних зобов'язань – відповідно підвищилася з 67,3 % у 2011 р. до 83,4 % у 2015 р., що в цілому позитивно впливає на оцінювання фінансової стійкості сільськогосподарських підприємств (табл. 1).

Таблиця 1 – Оцінка показників структури джерел формування капіталу сільськогосподарських підприємств України, 2011–2015 рр.

Показники	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	Відхилення (+, –) 2015 р. від 2011 р.
Коефіцієнт фінансової автономії	0,544	0,536	0,501	0,420	0,401	–0,143
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,456	0,464	0,499	0,580	0,599	0,143
Коефіцієнт фінансового ризику	0,838	0,867	0,997	1,383	1,491	0,653
Коефіцієнт фінансової стабільності	1,2	1,2	1,0	0,7	0,7	–0,5
Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів	0,199	0,185	0,215	0,278	0,198	–0,001
Коефіцієнт довгострокових зобов'язань і забезпечень	0,297	0,261	0,275	0,278	0,166	–0,131
Коефіцієнт поточних зобов'язань і забезпечень	0,673	0,710	0,724	0,722	0,834	0,161

Джерело: дані Державної служби статистики України [1], розраховано автором

Оцінка показників стану оборотних активів сільськогосподарських підприємств України свідчить про те, що коефіцієнт маневреності власного капіталу збільшився з 0,301 у 2011 р. до 0,378 у 2015 р. Тобто, за аналізований період відбулося підвищення ступеня мобільності власного капіталу на 0,077, зважаючи на це сільськогосподарські підприємства мають можливості для фінансування виробничої та інших видів діяльності. У структурі оборотних активів власні фінансові ресурси становлять 20,2 %, а на 1 грн запасів припадає близько 0,81 коп власних оборотних коштів. Значення коефіцієнта маневреності власних оборотних коштів показує, що на кінець 2011 р. серед власних оборотних активів грошові кошти становили 22,9 %. У 2015 р. цей показник зменшився до 16,1 % (табл. 2).

Таблиця 2 – Оцінка показників стану оборотних активів сільськогосподарських підприємств України, 2011–2015 рр.

Показники	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	Відхилення (+, -) 2015 р. від 2011 р.
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,301	0,313	0,248	0,250	0,378	0,077
Коефіцієнт забезпеченості оборотних активів власними оборотними коштами	0,267	0,268	0,199	0,153	0,202	-0,065
Коефіцієнт забезпеченості запасів власними оборотними коштами	0,575	0,637	0,494	0,424	0,806	0,231
Коефіцієнт маневреності власних оборотних коштів	0,229	0,228	0,288	0,269	0,161	-0,068

Джерело: дані Державної служби статистики України [1], розраховано автором

Отже, зважаючи на негативну динаміку, сільськогосподарські підприємства мають достатній рівень фінансової стійкості щодо забезпеченості високоліквідними оборотними активами.

Оцінка показників стану основного капіталу сільськогосподарських підприємств України свідчить про те, що коефіцієнт

майна виробничого призначення збільшився з 0,599 у 2011 р. до 6,847 у 2015 р., тому з точки зору забезпеченості активами основної виробничо-господарської діяльності сільськогосподарські підприємства зберігають свою фінансову стійкість. Коефіцієнт реальної вартості основних засобів збільшився з 0,314 у 2011 р. до 2,988 у 2015 р., що вказує на підвищення частки основних засобів у валюті балансу. Коефіцієнт нагромадження амортизації збільшився з 0,351 у 2011 р. до 0,424 у 2015 р. Це свідчить про погіршення функціонального стану необоротних активів сільськогосподарських підприємств (табл. 3).

Таблиця 3 – Оцінка показників стану основного капіталу сільськогосподарських підприємств України, 2011–2015 рр.

Показники	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	Відхилення (+, -) 2015 р. від 2011 р.
Коефіцієнт майна виробничого призначення	0,599	0,559	0,519	0,472	6,847	6,248
Коефіцієнт реальної вартості основних засобів	0,314	0,297	0,268	0,224	2,988	2,674
Коефіцієнт нагромадження амортизації	0,351	0,356	0,384	0,418	0,424	0,073
Коефіцієнт співвідношення оборотних і необоротних активів	1,611	1,700	1,654	2,175	3,007	1,396

Джерело: дані Державної служби статистики України [1], розраховано автором

Таким чином, частка позикового і власного капіталу у формуванні активів сільськогосподарських підприємств та рівень фінансового ризику залежить від спеціалізації сільськогосподарського виробництва.

У тих галузях сільськогосподарських підприємств, де повільно обертається капітал і висока частка необоротних активів, коефіцієнт фінансового ризику не повинен бути високим.

В інших галузях, де оборотність капіталу висока та частка основного капіталу низька, він може бути значно вищим.

Список використаних інформаційних джерел

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.

Т. П. Макаренко, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ АНАЛІЗ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Інтелектуальний аналіз даних (ІАД, Data Mining), або розвідка даних – термін, що застосовується для опису здобуття знань у бази даних, дослідження даних, обробки зразків даних, очищення і збору даних. Це процес виявлення кореляції, тенденцій, шаблонів, зв'язків і категорій.

Термін Data Mining дістав назву від двох понять: дані – data і переробка сирого матеріалу (гірської руди) – mining.

Data Mining – предметна область що виникла і розвивається на базі таких наук, як прикладна статистика, розпізнавання образів, штучний інтелект, теорія баз даних тощо.

Виникнення і розвиток Data Mining зумовлені різними факторами, серед яких вирізняємо основні: вдосконалення програмно-апаратного забезпечення; вдосконалення технологій зберігання і запису даних; накопичення великої кількості ретроспективних даних; вдосконалення алгоритмів обробки інформації.

Сутність і мету технології Data Mining можна описати так: це технологія, призначена для пошуку у великих інформаційних масивах даних неочевидних, об'єктивних, корисних на практиці закономірностей. ІАД здійснюється за допомогою використання технологій розпізнавання шаблонів, а також статистичних і математичних методів.

При розвідці даних багаторазово виконуються операції і перетворення над «сирими» даними (відбір ознак, стратифікація, кластеризація, візуалізація і регресія), що призначені для знаходження:

– структур, які інтуїтивно зрозумілі для людей і краще розкривають суть бізнес-процесів, що лежать в основі їх протікання;

– моделей, які можуть передбачити результат або значення певних ситуацій, використовуючи історичні або суб'єктивні дані.

Інтелектуальний аналіз даних – процес автоматичного пошуку прихованих закономірностей або взаємозв'язків між змінними у великих масивах необроблених даних, що поділяється на задачі класифікації, моделювання і прогнозування. Класичне визначення цього терміна дав у 1996 р. один із засновників цього напрямку Г. П'ятецький-Шапіро.

Data Mining – це процес виявлення у необроблених даних раніше невідомих нетривіальних, практично корисних і доступних інтерпретацій знань, необхідних для прийняття рішень у різних сферах діяльності.

За визначенням SAS Institute, Data Mining – це процес виділення, дослідження і моделювання великих обсягів даних для виявлення невідомих до цього структур (patterns) з метою досягнення переваг у бізнесі.

За визначенням Gartner Group, Data Mining – це процес, мета якого – виявляти нові кореляції, зразки і тенденції у результаті просіювання великого обсягу даних з використанням методик розпізнавання зразків і статистичних та математичних методів.

В основу технології Data Mining покладено концепцію шаблонів (patterns), що є закономірностями, які властиві вибіркам даних і можуть бути подані у формі, зрозумілій людині.

Задачі Data Mining:

1. Класифікація (Classification) – виявляються ознаки, які характеризують групи об'єктів досліджуваного набору даних – класи; за цими ознаками новий об'єкт можна віднести до того або іншого класу. Для вирішення задач класифікації можуть використовуватися методи: найближчий сусід (Nearest Neighbor); k-найближчий сусід (k-Nearest Neighbor); байє-совські мережі (Bayesian Networks); індукція дерев рішень; нейронні мережі (neural networks).

2. Кластеризація (Clustering) – результатом її є поділ об'єктів на групи.

3. Асоціація (Associations) – знаходять закономірності між пов'язаними подіями у наборі даних. Найбільш відомий алго-

ритм рішення задачі пошуку асоціативних правил – алгоритм Аргіогі.

4. Послідовність (Sequence), або послідовна асоціація (sequential association), – дає можливість знайти часові закономірності між транзакціями. Завдання послідовності подібне до асоціації, але її метою є встановлення закономірностей між подіями, пов'язаними за часом, тобто послідовність визначається високою ймовірністю ланцюжка пов'язаних за часом подій.

5. Прогнозування (Forecasting) – на основі особливостей історичних даних оцінюються майбутні значення показників. Застосовуються методи математичної статистики, нейронні мережі тощо.

Визначення відхилень (Deviation Detection), аналіз відхилень або викидів – виявлення й аналіз даних, що найбільше відрізняються від загальної чисельності даних, виявлення нехарактерних шаблонів.

Оцінювання (Estimation) – зводиться до прогнозу безперервних значень ознак.

Аналіз зв'язків (Link Analysis) – задача знаходження залежностей у наборі даних.

Візуалізація (Visualization, Graph Mining) – створюється графічний образ аналізованих даних. Для вирішення задач візуалізації використовуються графічні методи, що показують наявність закономірностей в даних.

Підбивання підсумків (Summarization) – опис конкретних груп об'єктів за допомогою аналізованого набору даних.

Список використаних інформаційних джерел

1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1623021247786/informatika/intelektualni_tehnologiyi_data_mining_text_mining.
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://stud.com.ua/62442/menedzhment/intelektualniy_analiz_danih.

В. В. Мандра, к. е. н., докторант
Вищий навчальний заклад Укоопспілку
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ЛОГІСТИЧНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ПОТОКАМИ МОРСЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО ПОРТУ

Процеси управління фінансовими потоками є суттєвою складовою системи менеджменту будь-якого суб'єкту господарювання. Не виключенням є і таке специфічне підприємство як морський торговельний порт, що поєднує у собі функції логістичного центру та регіональної транспортно-вантажної системи.

Специфіка управління фінансовими потоками у морських торговельних портах України визначається наступними особливостями:

- переважно державна власність, що накладає додаткові обмеження на можливості залучення кредитних ресурсів, використання тимчасово вільних коштів, придбання матеріалів, залучення підрядників тощо;
- активна участь у експортно-імпорتنих операціях, що визначає необхідність особливого врахування валютних й інфляційних ризиків;
- безперервність процесів обслуговування та участь в укррупнених ланцюгах постачань, що у складних економічних умовах підвищує вірогідність ризиків виникнення заборгованості за операційною діяльністю.

Всі вказані специфічні особливості, поряд к класичними проблемами узгодження матеріальних і фінансових потоків суб'єктів господарювання [1] визначають необхідність та актуальність розробок щодо вдосконалення існуючих інструментів управління морським торговельним портом на принципах фінансової логістики.

Фінансова логістика як частина логістичного підходу до управління розглядається достатньо давно. Зокрема, у класичній теорії логістики фінанси є частиною загальної системи управління матеріальними потоками [3]. Проте у деяких сучасних дослідження фінансова логістика розглядається як специфічна система управління фінансовими потоками, що не завжди пов'я-

зані з рухом матеріальних ресурсів, а саме, у межах консолідованих груп підприємств [2], морських портів [4] тощо.

З урахуванням специфіки фінансово-господарської діяльності морського торговельного порту, фінансовий потік як об'єкт управління можна розглядати у межах наступних підсистем:

- операційної діяльності з надання основних транспортно-вантажних послуг;
- операційної діяльності з надання суплих послуг;
- інвестиційної діяльності;
- фінансової діяльності та управління капіталом;
- діяльності з управління фінансовими потоками у іноземних валютах;
- діяльності з управління державними коштами.

З урахуванням вказаної декомпозиції доцільним є розроблення нових та вдосконалення діючих інструментів управління фінансовими потоками морського торговельного порту з використанням методів логістичного підходу, системно-динамічного моделювання та інформаційно-аналітичної підтримки прийняття управлінських рішень.

Побудова укрупненої моделі управління процесами фінансової логістики морського торговельного порту визначається відповідними стратегічними орієнтирами, зокрема, максимізації обсягу валових надходжень або операційного прибутку. Подальша тактична й оперативна деталізація відповідних стратегічних показників вказує на необхідність у межах операційної діяльності вивчення та моделювання динаміки валового прибутку за рахунок оптимізації доходів (за видами діяльності), витрат (показників операційного левереджу, логістичних витрат та затримок у часі тощо) та капіталу (показників оборотності, середньої вартості, левереджу робочого капіталу тощо).

Моделі інвестиційної і фінансової підсистем також зосереджують свою увагу на динаміці показників капіталу (середньозваженої вартості капіталу, витрат на його залучення, рентабельності використання тощо) та чистого прибутку (показників фінансового левереджу, витрат прибутку, розміру штрафних санкцій та витрат на регулювання).

Таким чином, вдосконалення системи управління фінансовими потоками морського торговельного порту на принципах логістичного підходу до регулювання потокових процесів є актуальним завданням сучасної теорії і практики менеджменту. Відповідні наукові результати визначаються декомпозицією системи фінансової логістики та постановкою моделі системно-динамічного моделювання фінансових потоків морського торговельного порту.

Список використаних інформаційних джерел

1. Жерліцин Д. М. Інноваційне управління фінансовою системою підприємства : монографія / Д. М. Жерліцин ; за ред. Ю. Г. Лисенка. – Донецьк : Юго-Восток, 2012. – 256 с.
2. Сваталова Ю. С. Особенности управления финансовыми потоками логистической системы холдинга / Сваталова Ю. С., Козенкова Т. А. // Экономический рост и конкурентоспособность России: тенденции, проблемы и стратегические приоритеты. – 2011. – № 4. – С. 147–152.
3. Lambert, D. M., Stock, J. R., & Ellram, L. M. (1998). Fundamentals of logistics management. McGraw-Hill/Irwin.
4. Wang, Y., Yu, D. L., Peng, Y. L., & Hao, H. Y. (2008, October). Supply Chain System Financial Logistics Funds Balance of Supply and Demand Based on the System Dynamics. In Wireless Communications, Networking and Mobile Computing, 2008. WiCOM'08. 4th International Conference on (pp. 1–5). IEEE.

А. А. Марченко, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ- ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

З метою здійснення об'єктивної та комплексної оцінки діяльності підприємства необхідно визначитися із сутністю основоположної категорії «ефективність», дослідити змістовну частину, особливості у підходах до визначення та прояву ефективності.

Проблемою визначення питань розуміння та категорії «ефективність» досліджувались науковцями зарубіжної та вітчизняної класичних шкіл і набули подальшого розвитку в сучасних наукових публікаціях. Поступово погляди дослідників щодо змісту ефективності як економічної категорії та визначення фундаментальних засад відокремлення її показників значно зблизилися, але не дивлячись на це багато питань залишаються недостатньо розробленими.

В процесі еволюції дослідження даної проблеми вченими були виділені наступні підходи: «альтернативної вартості», «оптимальність Паретто», «продуктивності факторів виробництва», «ресурсний», «витратний», «результативний», «цільовий», «потрібнісний», «статико-динамічний» [1].

Проведене дослідження сутності поняття «ефективність» свідчить про поліморфний характер даної категорії. Кожен з підходів описує поняття «ефективність» з різних аспектів, ієрархічність яких формується відповідно до цілей та об'єкта дослідження.

У сучасній науці існує багато підходів до класифікації ефективності. Відповідні види ефективності виробництва виокремлюються переважно за різноманітністю одержуваних результатів (ефектів) господарської діяльності підприємства.

Окремі види ефективності, пов'язані зі специфікою мети визначення ефективності пов'язані за специфікою мети визначення ефективності [2]:

– за об'єктами визначення: діючого виробництва, капітальних вкладень, розвитку науки і техніки, зовнішньоекономічних зв'язків, охорони навколишнього середовища: за об'єктами визначення: діючого виробництва, капітальних вкладень, розвитку науки і техніки, зовнішньоекономічних зв'язків, охорони навколишнього середовища;

– залежно від витрачених ресурсів: ресурсну та витратну; з погляду часу: статичну та динамічну. Статична ефективність оцінюється на короткому відрізку часу, коли вирішуються оперативні й тактичні питання.

Динамічна ефективність припускає досягнення більш високих результатів шляхом гнучкого варіювання ресурсами і зміни технології в довгостроковому періоді;

– залежно від цілі: потрібнісну, результативну, витратну.

Потрібнісна ефективність визначається відношенням цілей до потреб, ідеалів і норм; результативна – відношенням досягнутого результату до намічених цілей; витратна виявляється у вигляді відношення досягнутих результатів до витрат.

– залежно від виду результату: проміжну, кінцеву та змішану.

Проміжна ефективність формується на основі проміжних результатів і витрат, кінцева ефективність або просто ефективність, розраховується на основі кінцевих показників ефективності результатів і витрат, а змішана ефективність – це синтез показників перших двох видів ефективності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Економічний енциклопедичний словник: у 2 т. / Мочерний С. В. [та ін.]; за ред. С. В. Мочерного. – Львів: світ, 2005. – Т. 1. – 616 с.
2. Захаркіна Л. С. Комплексна оцінка ефективності інноваційної діяльності машинобудівних підприємств Сумщини [Електронний ресурс] / Л. С. Захаркіна // Механізм регулювання економіки. – 2010. – № 3 (т. 3). – С. 92–98.

А. Мотрохіна, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ЕФЕКТИВНІСТЬ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах нестабільної економічної ситуації підприємство стикається з багатьма чинниками і ризиками імовірного характеру, що потребує розробки гнучкої системи економічного регулювання його діяльності. Крім того, гарантуючи повну економічну самостійність, сучасна економіка встановлює жорсткі обмеження, які орієнтують підприємство на ефективну і рентабельну діяльність. Коло проблем, що виникають, прямо чи по-

середньо пов'язане з важливістю стратегічного підходу до визначення пріоритетних напрямків розвитку підприємства.

У цьому зв'язку особливої актуальності набуває забезпечення ефективності господарської діяльності підприємства та управління прибутком. Отже, в умовах погіршення показників господарської діяльності підприємств виникла потреба розробки стратегічних орієнтирів у забезпеченні виходу з кризи, стабілізації виробництва. Вищевикладене зумовлює необхідність поглибленого дослідження теоретичних засад прибутковості підприємства.

Одним із основних показників ефективності діяльності підприємства є прибуток. Теорія прибутку еволюціонувала протягом майже двох століть, результатом чого стала поява її різноманітних відгалужень і модернізованих варіантів, концепцій доходу, зокрема, кейнсіанські та інституціональні [1].

Прибуток розглядався як різновид заробітної плати підприємця, як вирахування з несплаченої частини праці робітника, як комплексний дохід підприємця разом з відсотком на його власний капітал, платою за організацію підприємства та винагородою за ризик, як розходження між очікуваними й отриманими доходами, як рушійна сила підприємництва, з позицій концепції витримки, продуктивності капіталу, ризику, плати за працю підприємця, пояснювався з погляду граничної продуктивності, за допомогою суб'єктивістсько-психологічної теорії рішень і розрахунків на майбутнє [2].

На наш погляд, у даних працях панували такі варіанти трактування прибутку, як винагороди за збереження капіталу, страхової премії за ризик, що йому підвладна будь-яка діяльність підприємця, а також сприйняття прибутку як результату виявлення законів мінового процесу і вартості, що виникає завдяки зростанню капіталу з часом.

У сучасній економічній літературі прибуток розглядають як дохід від використання чинників виробництва, у тому числі як плату за ризик, невизначеність результатів господарської діяльності [2].

Отже, прибуток є складною економічною категорією, стрижнем і головною рушійною силою, основним мотивом діяльності

підприємств. Складність цієї категорії зумовлена багатовимірністю суттєвих сторін ринку та чинників впливу.

Є особливості у формуванні прибутку підприємств залежно від сфери їхньої діяльності, галузі господарства, форми власності, умов господарювання. Підсумовуючи викладене, можна стверджувати, ефективність господарської діяльності підприємства вимагає обґрунтування рівня прибутку, який забезпечить не лише покриття витрат, але й отримання прибутку, достатнього для інвестування саморозвитку підприємства.

Одним з напрямків підвищення ефективності господарської діяльності підприємств є розробка і впровадження комплексної оцінки на основі економіко-математичних методів і моделей. Використання економіко-математичних моделей дозволить підприємству проводити узагальнюючу оцінку ефективності господарської діяльності, яка буде враховувати всі напрямки діяльності підприємства та включати лише найбільш значущі показники, а також прогнозувати ефективність господарської діяльності. Це дозволить своєчасно виявляти та усувати недоліки в роботі підприємства.

Для оцінки ефективності господарської діяльності підприємства повинна використовуватися як можна більша кількість показників, що характеризують діяльність підприємства, однак у реальних умовах існують певні обмеження. Велика кількість показників, з одного боку збільшує трудомісткість проведених розрахунків, а з іншого боку – підвищує якість інформаційної моделі, що описує ринкову систему. Крім того, деякі показники можуть дублювати один одного чи нести схожу інформацію, що ускладнить проведення аналізу. Тому необхідно сформувати системи показників оцінки ефективності господарської діяльності, яка буде характеризувати всі напрямки діяльності підприємства та включати лише найбільш значущі показники.

Список використаних інформаційних джерел

1. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств : підручник / А. М. Поддєрьогін. – 8-е видання. – Київ : КНЕУ, 2013. – 515 с.

2. Воскобаєва О. Н. Прибуток як основне джерело саморозвитку підприємств / О. Н. Воскобаєва // Торгівля і ринок України. – 2013. – № 3. – С. 75–80.

Т. А. Оніпко, аспірант

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

АГЕНТСТВО «CLUSTERAGENTUR BADEN-WÜRTTEMBERG» – ПРОВАЙДЕР ПОСЛУГ ДЛЯ КЛАСТЕРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ФЕДЕРАЛЬНОЇ ЗЕМЛІ БАДЕН-ВЮРТЕМБЕРГ (НІМЕЧЧИНА)

Сучасна світова практика реалізації регіональних кластерних стратегій свідчить про те, що інноваційні кластери сприяють соціально-економічному розвитку окремих регіонів, зростанню їх інноваційності та підвищенню рівня конкурентоспроможності. Важливу роль у підтримці інноваційних кластерів та кластерного менеджменту в європейських регіонах відіграють центри (агентства) кластерного розвитку.

Федеральна земля Баден-Вюртемберг, яка розташована в південно-західній частині Німеччини, слугує домівкою для всесвітньо відомих корпорацій, концентрації успішних малих і середніх підприємств, яким притаманні інноваційний драйв та дух винахідництва. Регіони землі Баден-Вюртемберг входять до числа найбільш економічно розвинених і конкурентоспроможних регіонів не лише Німеччини, але й усієї Європи, оскільки для них характерний високий рівень інноваційності та низький рівень безробіття. Згідно рейтингу «Регіональне Інноваційне Табло» («Regional Innovation Scoreboard») Європейської Комісії, регіони Штуттгарт, Карлсруе та Фрайбург федеральної землі Баден-Вюртемберг у 2017 р. потрапили в тридцятку регіонів-інноваційних лідерів Європи [1].

Кластерна політика є ключовим елементом інноваційної політики федеральної землі Баден-Вюртемберг, яка спрямована на зміцнення інноваційного потенціалу і конкурентоспроможності передусім малих і середніх підприємств. Разом з тим кластерна політика Баден-Вюртембергу є відправною точкою для

створення стійких та самодостатніх структур, оскільки зосереджена на задоволенні потреб учасників кластера в послугах щодо процесів розвитку та професіоналізму. Кластерна стратегія федеральної землі Баден-Вюртемберг характеризується сильною орієнтованістю на діалог, підхід «знизу-вгору» («bottom-up» approach) у процесі формування регіональних кластерних ініціатив та активну інтеграцію всіх учасників того чи іншого інноваційного кластера. Прикметно, що упродовж останнього десятиліття значна кількість компаній, науково-дослідних інститутів та університетів Баден-Вюртембергу були інтегровані у регіональні інноваційні кластери.

Загалом у федеральній землі Баден-Вюртемберг діє значна кількість інноваційних кластерів, які себе зарекомендували. За даними кластерної платформи Німеччини, нині в Баден-Вюртемберзі функціонує 103 кластери, у тому числі в екотехнологіях – 22, енергетиці – 21, автомобілебудуванні – 20, медичних технологіях – 20, виробництві нових матеріалів – 16, інформаційно-комунікаційних технологіях – 14, охороні здоров'я – 13, креативних індустріях – 13, біотехнології – 11, цифрових технологіях – 9 [2].

З метою подальшого інноваційного розвитку регіонів на основі кластерного підходу уряд Баден-Вюртембергу приділяє особливу увагу удосконаленню кластерного менеджменту, тобто процесу ефективного управління кластерними структурами.

У рамках реалізації кластерної політики уряд федеральної землі Баден-Вюртемберг забезпечує учасників кластерів різними заходами підтримки, включаючи створення агентства розвитку кластерів Баден-Вюртембергу «ClusterAgentur Baden-Württemberg», фінансову підтримку інноваційних проектів кластерів, сприяння інтернаціоналізації кластерів, стимулювання досліджень у галузі кластерної проблематики, підвищення кваліфікації кластерного менеджменту, інформаційну підтримку тощо.

З метою сприяння розвитку інноваційних кластерів у стратегічних важливих галузях Німеччини Міністерством економіки, праці та житлового будівництва Баден-Вюртембергу в жовтні 2014 р. було створено агентство кластерного розвитку «ClusterAgentur Baden-Württemberg», покликане стати провай-

дером широкого спектру послуг для кластерного менеджменту. Відтак на «ClusterAgentur Baden-Württemberg» покладена місія підвищення ефективності кластерного менеджменту і відповідно інноваційних кластерів [3]. Тим самим агентство допомагає Міністерству економіки, праці та житлового будівництва в досягненні цілей кластерної політики федеральної землі Баден-Вюртемберг.

Виконуючи роль провайдера послуг для кластерного менеджменту, агентство не лише пропонує фінансову підтримку, але й сприяє професійному навчанню та тренуванню кластерних менеджерів. Агентство також тісно співпрацює з такими компаніями: «VDI/VDE Innovation + Technik GmbH», діяльність якої пов'язана з підтримкою в країні інновацій та технологій; «Steinbeis-Beratungszentren GmbH», яка забезпечує процес трансферу технологій; «Baden-Württemberg International GmbH», яка опікується питаннями інтернаціоналізації підприємств, університетів та дослідницьких інститутів тощо.

Варто зазначити, що агентство «ClusterAgentur Baden-Württemberg» пропонує широкий спектр послуг кластерним менеджерам і кластерам відповідно до їх потреб. Серед послуг можна виокремити такі: розробка кластерних стратегій і дорожніх карт (бізнес-планів), створення інноваційних лабораторій, формування концепції спільних комунікацій, послуги в галузі трансферу технологій, допомога в генеруванні інновацій, консультування щодо процесу інтернаціоналізації, сприяння в реалізації спільних пілотних проектів. Публікації агентства, що охоплюють актуальні проблеми, пов'язані з інноваційною стратегією та кластерною політикою Баден-Вюртембергу, є практикоорієнтованими.

Важливим напрямом діяльності досліджуваного агентства є його участь у міжнародних проектах, як-от: «S3-4AlpClusters» (проект Європейського Союзу, який спрямований на реалізацію стратегій інтелектуальної спеціалізації за допомогою кластерів) та «DanuBioValNet» (проект в рамках «Дунайської транснаціональної програми» Європейського Союзу, який спрямований на міжрегіональне співробітництво в галузі біоекономіки).

Отже, агентство «ClusterAgentur Baden-Württemberg» є важливим інструментом кластерної політики федеральної землі Баден-Вюртемберг, допомагаючи Міністерству економіки, праці і житлового будівництва підвищувати ефективність кластерного менеджменту.

Хоча в нашій країні вже кілька років діє Українське агентство кластерного розвитку, однак центрів кластерного розвитку в регіонах практично не створено, що актуалізує потребу у вивченні закордонної практики підтримки кластерного менеджменту.

Список використаних інформаційних джерел

1. Regional Innovation Scoreboard 2017. European Commission [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ec.europa.eu/docsroom/documents/23881>. – Назва з екрана.
2. Baden-Wuerttemberg clusters [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.clusterplattform.de/SiteGlobals/CLUSTER/Forms/Suche/EN/Clustersearch_Form.html?cl2Categories_Regio nen=baden_wuerttemberg. – Назва з екрана.
3. About the ClusterAgentur. Clusterportal Baden-Württemberg [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.clusterportal-bw.de/en/clusteragentur/about-the-clusteragentur/>. – Назва з екрана.

К. А. Пантелеймоненко, студент

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ПРО НЕОБХІДНІСТЬ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

На сьогодні необхідність формування високопродуктивного та конкурентоспроможного аграрного сектору об'єктивно вказує на нагальність переходу вітчизняних підприємств до інноваційної моделі розвитку, адже інноваційність є не стільки умовою, скільки вимогою часу.

Проте інноваційний розвиток багатьох українських підприємств, в т. ч. у сфері переробки м'яса, є вкрай слабким. М'ясо-

переробні підприємства – це частина ланцюга «виробництво – переробка – реалізація», тому знаходяться в прямій залежності від стану м'ясопродуктового підкомплексу України загалом. Головним його завданням є забезпечення внутрішньої потреби держави м'ясом лише за рахунок власного виробництва: нарощування його обсягів, збільшення експорту та часткова відмова від ввезення імпортного м'яса для внутрішніх потреб. Проте негативні процеси, що наразі склалися в Україні – скорочення поголів'я тварин, зменшення обсягів виробництва м'яса, збільшення витрат виробництва, імпортна сировинна залежність, недозавантаженість виробничих потужностей – не тільки гальмують інноваційний розвиток підприємств, а й перешкоджають євроінтеграційному вектору розвитку України.

Більшість українських м'ясопереробних підприємств знаходяться в занепаді, тенденція скорочення кількості підприємств не є конкурентоспроможними, як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках, не розвиваються інноваційно, що потребує обґрунтування більш ефективних та дієвих напрямів формування та забезпечення довготривалого інноваційного розвитку.

Проблеми формування інноваційного розвитку підприємств у тій чи іншій мірі досліджено О. Адаменком, І. Борисовою, О. Бронською, Н. Заглуміною, В. Кузьменко, О. Іванченком, О. Ігнатенком, О. Кузьмінім, О. Морозом, А. Пантелейчуком, Ю. Погореловим, І. Федуловою, В. Яшкіною та іншими науковцями. Значний внесок у вирішення проблем функціонування м'ясопереробних підприємств внесли П. Березівський, О. Бронська, Р. Логоша, Є. Майовець, В. Месель-Веселяк, П. Пуцентейло, В. Черданцев. Відзначаючи цінність напрацювань науковців і сучасних їх розробок для теорії і практики формування інноваційного розвитку, слід зауважити, що окремі важливі аспекти зазначеної проблеми потребують подальших досліджень. Зокрема, методичні аспекти оцінки інноваційного розвитку у працях науковців майже не зустрічаються. Частіше автори визначають інноваційний потенціал підприємства (Т. Кужда), ефективність інноваційних проектів (О. Жихор, С.Вахнюк), ефект від інновацій (Е. Крилов, В. Власова, І. Журавкова), пропонують методи

оцінки ефективності управління інноваційною діяльністю (А. Череп, М. Лизуненко). Також у науковій літературі недостатньо обґрунтованим залишається процес формування інноваційного розвитку м'ясопереробних підприємств.

Враховуючи зазначене вище, можна зробити висновок про те, що саме тенденція скорочення кількості підприємств, що здійснювали інноваційну діяльність пов'язана з відсутністю власних коштів та обмеженістю кредитів. За витратами інноваційної діяльності підприємств м'ясопереробної галузі можна сказати, що подальший інноваційний розвиток м'ясопереробних підприємств можливий як за рахунок впровадження нового обладнання, так і шляхом розробки нового продукту. Аналіз інноваційної діяльності підприємств м'ясопереробної галузі за типами інновацій свідчить про те, що темпи зростання продуктивних інновацій випереджають темпи зростання процесових інновацій і це може обумовити можливість виникнення нового класу продуктів у м'ясопереробній галузі. Особливості сучасного виробництва м'ясної продукції потребує тісної співпраці з промисловою біотехнологією. Створення інтегрованої організаційної структури об'єднань дозволить виявити позитивний потенціал інноваційного розвитку як окремого підприємства, так і об'єднання в цілому.

Список використаних інформаційних джерел

1. Адаменко О. А. Концептуальні засади інноваційного розвитку підприємств / О. А. Адаменко // Наукові праці Національного ун-ту харчових технологій. – 2012. – № 35. – С. 5–10.
2. Самойлик Ю. В. Стратегія підприємства: методичні рекомендації для проведення практичних занять з дисципліни / Ю. В. Самойлик. – Полтава : РВВ ПДАА, 2012. – 248 с.
3. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів / Г. О. Андрощук [та ін.]. – Київ : Парламентське вид-во, 2013. – 632 с.
4. Черданцев В. П. Перспективы развития мясопродуктового подкомплекса как интегрированной системы / В. П. Черданцев, И. А. Овчинникова // Аграрный вестник Урала. – 2012. – № 8(50). – С. 23–25.

В. В. Пасічник, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ФОРМУВАННЯ ВЕДЕННЯ РЕЄСТРІВ ВЛАСНИКІВ ІМЕННИХ ЦІННИХ ПАПЕРІВ В ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМАХ

Становлення й розвиток ринку цінних паперів в Україні вимагає розроблення правил організації взаємовідносин між учасниками угод із цінними паперами та наявності спеціалізованих організацій, які забезпечують усі процедури угод і формують інфраструктуру ринку цінних паперів. Централізований ринок передбачає обов'язкову наявність трьох інститутів: фондових бірж, центрального депозитарію цінних паперів і розрахунково-клірингових установ.

Забезпечення інтересів усіх учасників ринку цінних паперів вимагає організації суворого обліку дії кожного з них. Цю функцію держава покладає на професійних учасників ринку цінних паперів (реєстраторів, зберігачів, депозитаріїв). Для емітента ці установи здійснюють облік власників цінних паперів на підставі договору з ним. Для інвесторів вони забезпечують зберігання та облік цінних паперів власника, облік операцій із цінними паперами.

У світовій практиці відомі дві основні моделі ведення реєстрів: «англо-американська», за якої ведення реєстрів, незалежно від форми випуску цінних паперів, здійснюють реєстратори; та «німецька», за якої реєстратори відсутні, а всі питання інфраструктури фондового ринку розв'язують банки-зберігачі. В Україні поширена специфічна модель, за якої реєстратори мають змогу вести реєстри власників документарних випусків цінних паперів.

Провідним нормативним актом, що регулює діяльність реєстраторів в Україні, є «Положення про порядок ведення реєстрів власників іменних цінних паперів», затверджене рішенням ДКЦПФР 26 травня 1998 р. № 60.

Для обліку загальної кількості випущених в обіг іменних цінних паперів та розподілу їх між зареєстрованими особами й

емітентом реєстроутримувач відкриває у системі реєстру емісійний рахунок та особові рахунки емітента й зареєстрованих осіб. На цих рахунках має бути забезпечено відокремлений облік цінних паперів різних випусків і категорій іменних цінних паперів, а на особових рахунках – також відокремлений облік обтяжених зобов'язаннями або блокованих цінних паперів за кожним фактом їх блокування або обтяження зобов'язаннями.

Припинення діяльності з ведення реєстрів певною особою (незалежно від причин) не повинно відбитися на емітентах чи зареєстрованих особах, неприпустимою є втрата реєстрів. Для цього необхідно чітко встановити процедуру передачі реєстрів, контролювати її додержання та жорстко карати за її порушення, а також проводити широку роз'яснювальну роботу серед реєстраторів та емітентів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Ходаківська В. П. Ринок фінансових послуг : навч. посіб. / В. П. Ходаківська, О. Д. Данілов. – Ірпінь : Академія ДПС України, 2001. – 501 с.

І. М. Побережнюк, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА

В умовах інтеграції економіки України у світовий економічний простір першочергового значення набувають дослідження перспектив функціонування підприємств різних форм власності, напрямів ефективного використання ними фінансових ресурсів.

У зв'язку з цим дедалі більшої актуальності набуває проблема фінансово-економічної безпеки підприємств та її моніторинг. Це обумовлено посиленням конкурентної боротьби між підприємствами, нестачею фінансових ресурсів для підтримання ліквідності їхньої діяльності, великою кількістю збиткових і збанкрутілих підприємств, а також необхідністю постійної адаптації до сучасних умов господарювання.

Функція безпеки є невід’ємною з огляду на забезпечення життєздатності кожного суб’єкта господарювання, що об’єктивно обумовлює потребу в її включенні до планової роботи, тим більше з огляду на ускладнені умови вітчизняного економіко-правового середовища підприємницької діяльності, зокрема в торгівлі.

Фінансово-економічна безпека підприємства є динамічною ознакою, що змінюється під впливом чинників і загроз внутрішнього та зовнішнього середовища. Формування надійної системи фінансово-економічної безпеки підприємства забезпечує його стабільне функціонування і створює умови для зростання його економічного потенціалу. Враховуючи багатоаспектний та динамічний характер процесу управління безпекою, особливо актуальними є питання використання економіко-математичних методів оцінювання і прогнозування її рівня, а також моделювання процесу моніторингу.

Забезпечення високої динамічної конкурентоспроможності підприємства потребує вдосконалення категорійного апарату, методичного базису оцінки рівня безпеки та ефективності політики її зміцнення, обґрунтування стратегічних пріоритетів та заходів у межах організаційно-економічного механізму гарантування фінансово-економічної безпеки із урахуванням особливостей фінансово-господарської діяльності та сучасного стану розвитку економіко-правового середовища торгівлі.

Актуалізація останнім часом у науковій літературі підходів до визначення поняття «економічна безпека підприємства», а також передумов його дослідження пов’язана з тим, що економічні реформи, які відбуваються в Україні, є вагомими чинниками становлення та розвитку підприємств як сфери прояву економічної активності населення держави, а економічна безпека підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки є важливою складовою національної безпеки та конкурентоспроможності країни, невід’ємною з огляду на забезпечення життєздатності кожної особи. Питання забезпечення економічної безпеки первинної ланки економіки згідно з теорією виживання пов’язані з проблемами функціонування підприємств у перехід-

ні періоди, в умовах коливань номенклатури та обсягів виробництва, а також фінансового стану постачальників і споживачів.

Категорія «економічна безпека» корелює з поняттям конкурентоспроможності підприємства. З огляду на особливості діяльності підприємств різних видів економічної діяльності оцінка стану економічної безпеки підприємства потребує характеристики логістичної та маркетингової складових.

Об'єктивними передумовами забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства на пост трансформаційному етапі розвитку економіки виступають: складне фінансово-економічне середовище діяльності; інфляційні процеси та зменшення купівельної спроможності населення; недосконале конкурентне середовище з перешкодами доступу до ресурсів та ринків, прав діяльності; малокеровані процеси розвитку більшості сфер і ринків; надмірне та недосконале оподаткування бізнесу; істотна тонізація економіки; недостатність уваги з боку державних органів до проблеми фінансово-економічної стійкості підприємств. Управління фінансово-економічною безпекою підприємства повинно починатися ще на стадії планування його фінансово-господарської діяльності, орієнтуючись не лише на ефективність, але й планову динамічну конкурентоспроможність суб'єкта господарювання.

Список використаних інформаційних джерел

1. Концепція економічної безпеки України / [кер. проекту В. М. Геєць] ; Ін-текон. прогнозування НАНУ України. – Київ : Логос, 1999. – 56 с.
2. Барановський О. І. Фінансова безпека : монографія / О. І. Барановський ; Ін-текон. прогнозування. – Київ : Фенікс, 1999. – 338 с.
3. Мунтіян В. І. Економічна безпека України : монографія / В. І. Мунтіян. – Київ : Вид-во КВІЦ, 1999. – 464 с.
4. Козаченко А. В. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения / А. В. Козаченко, В. П. Пономарев, А. Н. Ляшенко. – Київ : Либра, 2003. – 280 с.

М. Є. Рогоза, д. е. н., професор, зав. кафедри економіки підприємства та економічної кібернетики;

Н. В. Левашко, аспірант

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО МОДЕРНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНО-ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Продуктивність розумової праці є результатом корпоративної діяльності співробітників підприємства. Вона залежить від того, яким інтелектуальним потенціалом і інтелектуальним капіталом володіє підприємство. Звідси виникає, якщо суспільство навчиться управляти інтелектуальним потенціалом і інтелектуальним капіталом воно зможе управляти і продуктивністю розумової праці.

Інтелектуальний потенціал підприємства може зростати лише в тому разі, коли в його розвиток підприємство вкладає значні кошти, так звані інноваційні вкладення. Цей процес є двоєдиний, бо збільшення інноваційних вкладень стимулює зріст інтелектуального потенціалу підприємства.

Ця проблема залишається невирішеною і тому виникає необхідність в розробці наукових підходів модернізації системи управління інтелектуально-інноваційною діяльністю підприємства.

Більшість вітчизняних і зарубіжних авторів В. С. Богдан [1], А. В. Кендюхов [5], І. В. Левіна, [6]. А. А. Чухно [7], О. Б. Бутнік-Сіверський [2], В. П. Багов [3], Л. Єдвінсон, М. Мелоуна [8], Е. Брукінг [4] приділяють значну увагу питанню управління інтелектуальним капіталом, залишаючи за рамками уваги питання управління інтелектуальним потенціалом, що на нашу думку є недоліком, оскільки відомо, що інтелектуальний потенціал є чинником виникнення, розвитку та використання інтелектуального капіталу. Тому слід звернути серйозну увагу на дослідження цієї категорії.

Всі розробки з питання управління інтелектуальним капіталом в літературних джерелах представлені в основному теоре-

тичними дослідженнями на рівні філософсько-економічного обґрунтування проблеми, що є з наукової точки зору дуже важливим підходом до проблеми. У той же час у розглянутих роботах відсутні пропозиції щодо практичного застосування цих теоретичних побудов з використанням фактичних даних на конкретних підприємствах, компаній або державних економічних систем в цілому. Це викликає необхідність конкретизації теоретичних розробок на базі фактичних даних різних суб'єктів економічної діяльності.

Також практично відсутні системи кількісної оцінки, як інтелектуального капіталу, так і інтелектуального потенціалу, що створює труднощі в розробці конкретних науково-обґрунтованих систем управління розглянутими категоріями. Тому однією з найважливіших проблем може бути пошук критерію оцінки інтелектуального потенціалу та його наукове обґрунтування.

Інтелектуальний капітал, так і інтелектуальний потенціал нерозривно пов'язані з видами інноваційних вкладень в їх розвиток. Отже вищевикладене дозволяє зробити висновок проте, що для досягнення мети дослідження слід поступово вирішити наступні завдання:

1. Виконати аналіз теоретико-методичних підходів щодо сутності категорій «інтелектуальний капітал» і «інтелектуальний потенціал» і процесів та методів управління ними;
2. Визначити і науково обґрунтувати критерії оцінки інтелектуального потенціалу підприємства;
3. Визначити і обґрунтувати систему показників інтелектуального потенціалу підприємства;
4. Розробити методичний підхід до модернізації процесів управління інтелектуально-інноваційною діяльністю підприємства;
5. Дослідити та запропонувати моделі взаємозв'язку натуральних показників інтелектуального потенціалу і обсягу інноваційних вкладень підприємства;
6. Дослідити та запропонувати математичні моделі прогнозу обсягів інноваційних вкладень в залежності від значень натуральних показників інтелектуального потенціалу підприємства;

7. Розробити наукові підходи до модернізації процесів управління інтелектуально-інноваційної діяльністю підприємства на основі економіко-математичних моделей;

8. Удосконалити наукові підходи визначення продуктивності праці від обсягів та видів інноваційних вкладень на основі використання математичних моделей;

9. Запропонувати методичний підхід до розробки організаційно-економічних заходів щодо удосконалення процесів інтелектуально-інноваційної діяльності підприємства та визначення їх ефективності

Список використаних інформаційних джерел

1. Богдан В. С. Интеллектуальный капитал / В. С. Богдан // Экономика и маркетинг в 21ст. – ДонНТУ : И.1, 2005. – С. 37–39.
2. Бутнік-Сіверський О. Б. Интеллектуальный капитал: теоретический аспект / О. Б. Бутнік-Сіверський // Интеллектуальный капитал. – 2002. – № 1. – С. 16–27.
3. Багов В. П. Управление интеллектуальным капиталом : учебное. пособ. / В. П. Багов, Е. Н. Селезнев, В. С. Ступаков. – Москва : Камерон, 2006. – 248 с.
4. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / Э. Брукинг ; пер. с англ. Л. Н. Ковалик. – Санкт-Петербург, 2001. – 288 с.
5. Кендюхов А. В. Концепция организационно-экономического механизма управления интеллектуальным капиталом предприятия / А. В. Кендюхов // Наукові праці ДонНТУ. – Донецьк, 2003. – С. 56–62.
6. Левина И. В. Институциональные факторы воспроизводства интеллектуального капитала / И. В. Левина // Наукові праці ДонНТУ. – 2006. – Вип. 103 (3). – С. 134–138.
7. Чухно А. А. Интеллектуальный капитал: Сутність форми і закономірність розвитку / А. А. Чухно // Економіка України. – 2002. – № 11. – С. 48–55.
8. Эдвинссон Л. Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости компании / Л. Эдвинсон, М. Мэлоун // Новая постиндустриальная волна на Западе: антология [под ред. В. Л. Иноземцева]. – Москва : Academia.

В. О. Сергійчук, ст. викладач

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ПРИНЦИП ОПТИМАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ПОТОКАМИ

Управління туристичними потоками характеризується комплексом заходів, пов'язаних з певними витратами ресурсів, сукупність яких у розрахунку на одного туриста може бути представлена у грошовому вираженні. І, навпаки, з кожною сумою грошових коштів на одного туриста пов'язаний певний набір можливих туристичних послуг. У межах цієї суми можна обрати найкращу технологію обслуговування туристів, пристосовану до реалізації економічних інтересів, які визначають основні характеристики системи управління туристичними потоками.

Тим самим при кожному значенні z (сумарні витрати на одного споживача туристичних послуг) можна отримати функцію розподілу $\Phi_z(u)$ туристичних потоків u . Зі зростанням z вибір технологій туристичного обслуговування розширюється. Але оскільки за кожної z величина туристичного потоку є випадковою, тому необхідно їх порівнювати, що дозволяє отримати $m(z)$, $\sigma^2(z)$ – середнє значення і дисперсію туристичних потоків при технології обслуговування туристів, яка характеризується витратами z .

Вибір відповідного двопараметричного розподілу (нормального, рівномірного тощо) і визначить функцію Φ . Якщо відомі дані про розподіл туристичних потоків за істотно різних рівнів витрат z_1 і z_2 на обслуговування, то щільність розподілу ймовірностей $\varphi(z, u)$ можна описати у вигляді:

$$\varphi(z, u) = \varphi_1(u) \psi(z) + \varphi_2(u) (1 - \psi(z)), \quad (1.1)$$

де $\psi(z)$ – зростаюча функція ($0 \leq \psi(z) \leq 1$);

$\psi(z_1) = 1$, $\psi(z_2) = 0$) – відображає зміну туристичних потоків зі зміною технології їх обслуговування;

$\varphi(z, u)$ – похідна функція залежності величини туристичного потоку від витрат.

Деякий вид туристичної діяльності характеризується величиною туристичних потоків u – це випадкова величина, щільність розподілу якої $\varphi(z, u)$ – відома функція. Параметри даної функції залежать від обсягу z витрат (грн / туриста) на удосконалення технології обслуговування:

$$z = x/S, \quad (1.2)$$

де x – загальна сума витрат при формуванні технології обслуговування туристів;

S – споживач туристичних послуг.

Надалі припустимо, що щільність φ задовольняє деяким умовам, зміст яких зводиться до наступного: 1) величина туристичного потоку обмежена, які б не були витрати на технологію обслуговування; 2) за малих варіацій витрат z величина туристичного потоку не змінюється; 3) із зростанням z ймовірність отримання більш великих туристичних потоків не менша ніж фіксований рівень u .

Дохід від реалізації туристичної послуги розподіляється на сумарні витрати $x_t + y_t$ і споживчу частину $N_t - (x_t + y_t)$, тобто має виконуватися умова $x_t + y_t \leq N_t$, $t = 0, 1, \dots, T$.

При цьому,

$$M_t = \sum_{\tau=0}^{t-1} y_\tau + y_t, \quad (1.3)$$

Завдання цієї функції полягає у тому, щоб обрати таку політику щодо витрат $\{x_0, y_0, x_1, y_1, \dots, x_{t-1}, y_{t-1}\}$, при якій математичне значення споживаної частини у сумі за t років досягло б максимуму з урахуванням коефіцієнту приведення ρt для року t :

$$E \sum_{t=0}^T (N_t - (x_t + y_t)) \rho^t \quad (1.4)$$

за умовою, що

$$x_t + y_t \leq N_t, \quad t = 0, 1, \dots, T-1. \quad (1.5)$$

Параметри $\{x_t, y_t\}$ – рішення, прийняті у кожен рік t . Вони залежать від реалізації випадкової величини туристичних потоків u_t на певний рік t .

Нехай $F_T(N, M)$ – прогнозне значення чистого доходу за проміжок часу $[0, T]$ за умови оптимальної політики витрат $\{x_t, y_t\}$, $t = 0, 1, \dots, T - 1$. Використовуючи принцип Беллмана, отримуємо співвідношення:

$$F_T(N, M) = \max_{\substack{x+y \leq N \\ x, y \geq 0}} \left\{ N - (x + y) + \rho \int_0^{\infty} F_{T-1}(upS(M + y), M + y) \times \right. \\ \left. \times \varphi\left(\frac{x}{S(M + y)}, u\right) du \right\}. \quad (1.6)$$

При $T \rightarrow \infty$ маємо функціональне рівняння:

$$F_T(N, M) = \max_{\substack{x+y \leq N \\ x, y \geq 0}} \left\{ N - (x + y) + \rho \int_0^{\infty} F(upS(M + y), M + y) \times \right. \\ \left. \times \varphi\left(\frac{x}{S(M + y)}, u\right) du \right\}, \quad (1.7)$$

Значення x_t/y_t , за якого досягається максимум у (1.6) і є наближене значення тих початкових x і y , які надають максимум виразу (1.7), якщо T достатньо велике.

Далі, розглянемо випадок, коли S фіксовано. Тоді $y = 0$, та співвідношення (1.7) має вигляд:

$$F_T(N, M) = \max_{0 \leq x \leq N} \left\{ N - x + \rho \int_0^{\infty} F(upS(M), M) \varphi\left(\frac{x}{S(M)}, u\right) du \right\} \quad (1.8)$$

Введемо наступне позначення:

$$N = kS(M), x = zS(M), g(k) = \frac{1}{S(M)} F(kS(M), M). \quad (1.9)$$

Функціональне рівняння переписуємо у вигляді:

$$g(k) = \max_{0 \leq z \leq k} \left\{ k - z + \rho \int_0^{\infty} g(up) \varphi(z, u) du \right\}. \quad (1.10)$$

Відповідно до вище зазначеного визначено, що при певному рівні розвитку технологічного обслуговування існує норматив витрат на обслуговування туристів (грн / туриста) перевищення якого є не рентабельним для підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Беллман Р. Динамическое программирование / Р. Беллман. – Москва : Издательство иностранной литературы, 1960. – 400 с.
2. Беллман Р. Прикладные задачи динамического программирования / Р. Беллман, С. Дрейфус. – Москва : Наука, 1965. – 459 с.

В. М. Собчишин, к. е. н.; **О. В. Мунько**, магістрант
Полтавська державна аграрна академія

ПОДІЛ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА ЗА КРИТЕРІЄМ ПРАВА ВЛАСНОСТІ

Прийняття управлінських рішень щодо формування, оцінки вартості та оптимізації структури фінансових ресурсів підприємства в значній мірі залежить від можливих джерел їх мобілізації.

Вивчення поглядів науковців на класифікацію фінансових ресурсів підприємства дає підстави погодитися з виділенням серед останніх за критерієм права власності власних, позикових і залучених, тоді як належність до них тих або інших фінансових ресурсів вимагає уточнення.

Власні фінансові ресурси підприємства, на нашу думку, формуються за рахунок доходу від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг, інших операційних доходів, грошових надходжень від інвестиційної діяльності (процентів, дивідендів, виручки від реалізації необоротних активів, фінансових інвестицій тощо), доходів від надзвичайної діяльності, внесків засновників (учасників / акціонерів) у грошовій формі, що відображаються у відповідних статтях власного капіталу (зарєєстрованому, додатковому капіталі).

Слід зауважити, що внутрішні джерела формування фінансових ресурсів і капіталу, з нашої точки зору, відрізняються.

Так, враховуючи, що основною функцією фінансових ресурсів є забезпечення безперервності відтворювального процесу та виконання фінансових зобов'язань підприємства [2, с. 345], а функцією капіталу – одержання прибутку [1, с. 139], вважаємо, що основним внутрішнім джерелом формування фінансових ресурсів є саме дохід від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг, тоді як капіталу – прибуток і амортизаційні відрахування. Окрім прибутку (за умови прибуткової діяльності підприємства) та амортизаційних відрахувань, які надходять у складі доходу від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг, джерелом формування фінансових ресурсів є і решта виручки, що покриває витрати підприємства. Ця частина виручки від реалізації, надходячи на підприємство, є джерелом формування фінансових ресурсів, що можуть використовуватися у виробничому процесі підприємства та/або для виконання його зобов'язань тощо, але не є джерелом формування капіталу.

До позикових фінансових ресурсів належать, з нашого погляду, довгострокові й короткострокові кредити банків, кошти, залучені у результаті емісії облігацій та інші залучені позикові кошти, на які нараховуються відсотки.

Вважаємо, що грошова складова (у готівковій і безготівковій формах) забезпечень майбутніх витрат і платежів, кошти цільового фінансування й цільових надходжень (бюджетних дотацій, благодійної допомоги, тощо), кредиторська заборгованість із одержаних авансів формують залучені фінансові ресурси підприємства. Водночас, кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги та кредиторська заборгованість за розрахунками (крім заборгованості з одержаних авансів), на нашу думку, не є фінансовими ресурсами, а лише показує, яку їх частину підприємство мало змогу спрямувати на інші цілі, ніж погашення зазначених видів відображеної в балансі кредиторської заборгованості.

Фінансові ресурси підприємства, «заморожені» у дебіторській заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги, належатимуть при її погашенні до власних. Тоді як фінансові ресурси, зосереджені у дебіторській заборгованості за розрахун-

ками, могли бути сформовані до її виникнення як із внутрішніх, так і зовнішніх джерел.

Таким чином, поділ фінансових ресурсів підприємства за правом власності (на власні, позикові й залучені) дав змогу доповнити відмінності між фінансовими ресурсами та капіталом підприємства: основним внутрішнім джерелом формування фінансових ресурсів підприємства є саме дохід від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг, тоді як капіталу – прибуток і амортизаційні відрахування; кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги та за розрахунками (крім заборгованості з одержаних авансів), будучи складовою капіталу, не є фінансовими ресурсами, оскільки лише показує, яку їх частину підприємство мало змогу спрямувати на інші цілі, ніж погашення зазначених видів відображеної в балансі кредиторської заборгованості.

Список використаних інформаційних джерел

1. Борщ А. Г. Економічна природа капіталу та фінансових ресурсів підприємства: точка зору на дискусійну проблему / А. Г. Борщ // Облік і фінанси АПК. – 2011. – № 11. – С. 137–140.
2. Меренкова Л. О. Сучасні підходи щодо визначення сутності фінансових ресурсів підприємства в ринковій економіці / Л. О. Меренкова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 29. – С. 344–347.

О. Д. Стефанюк, к. е. н., доцент

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ПІДХОДІВ ДО СИСТЕМИ ЗБУТУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Успішна діяльність агропромислового комплексу багато у чому залежить від формування та функціонування внутрішнього аграрного ринку та його інфраструктури, створення ефективної маркетингової мережі руху сільськогосподарської продукції від виробника до споживача, яка повинна забезпечувати паритетність економічних інтересів виробників, переробників і кінцевих

споживачів. Однак нинішня інфраструктура аграрного ринку не орієнтована на швидке просування сільськогосподарської продукції до споживачів. При цьому збитки несуть і товаровиробники, які змушені використовувати неорганізовані канали збуту з непрозорими умовами купівлі-продажу і диктатом посередника і споживачі, які змушені купувати продукцію часто сумнівної якості за завищеними цінами.

Проблеми просування сільськогосподарської продукції, а також практичні застосування просування продукції розглядали такі автори як: Г. Армстронг, Балабанова Л. В., Іванова Н. В., Козенко З. М., Копитец Н. Г., Макаренко П. М., Мінаков А. В., Кардаш В. Я., Ф. Котлер.

Найбільш простою формою просування сільськогосподарської продукції, яка використовується і зараз, є зв'язок «виробник – оптовий посередник – місцевий посередник – роздрібна торгівля». Проте, дана схема має недоліки як для виробника так і для споживача, такі як:

- місце виробництва в основному не збігаються з місцем споживання сільськогосподарської продукції, що ускладнює зв'язок між виробником і посередником (споживачем);

- доцільно здійснювати поставки від виробника до споживача великими партіями, з метою застосування ефекту масштабу, однак більшість посередників не мають фінансової і збутової можливості до замовлення такої кількості продукції;

- сезонний характер виробництва сільськогосподарської продукції вимагає наявність складських приміщень для складування товарних запасів, що визначає необхідність використання додаткових посередників у русі товару.

Крім того, при такій схемі організації товарообігу значна частина фінансових і трудових ресурсів використовується на збут продукції, що обумовлює зниження ефективності виробництва.

Тому, для більш ефективної, прибуткової діяльності підприємства є удосконалення маркетингової політики, у тому числі збутової діяльності. «Удосконалення системи збуту на підприємстві делеговано займається відділ маркетингу, який на сьогоднішній день у більшості випадків відсутній на сільськогосподар-

ських підприємствах або є тільки у великих товаровиробників» [4, с. 124].

Введення ефективної системи збуту сільськогосподарської продукції допоможе об'єднати зусилля виробників сільськогосподарської продукції, переробної промисловості та торгівлі, не тільки на стадії реалізації продукції, а й на стадії визначення масштабу виробництва, рентабельного використання виробничих потужностей, визначення взаємовигідних умов просування продукції. Схема руху сільськогосподарських продуктів по ланках системи маркетингу, рисунок 1, дозволяє визначити існуючі канали збуту продукту від виробника до споживача, за допомогою проходження через всі елементи системи.

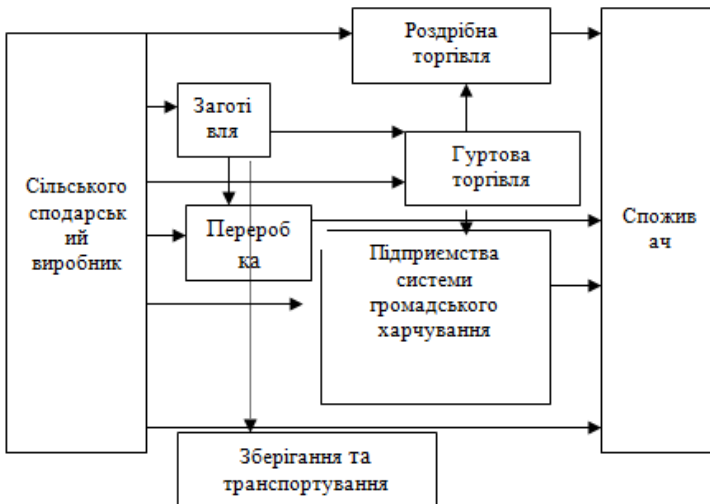


Рисунок 1 – Схема руху сільськогосподарських продуктів по ланках системи маркетингу

При цьому, враховуючи спрямованість підприємства вдосконалення у збуті продукції повинні в першу чергу стосуватися стимулюванні збуту. Так доцільно, для сільськогосподарського підприємства використовувати розширений метод «шттовання», який передбачає просування продукту тільки до наступної ланки

(посередника) у каналі збуту з подальшим спільним стимулюванні попиту, за допомогою реклами, пропаганди та стимулюванні споживання. При цьому інформуючи споживача про вигоди, отриманих при купівлі продукції, про престижність підприємства, його популярності та ін.

Схема відображає різні варіанти руху сільськогосподарського

Таким чином, процес прийняття рішення у системі збуту сільськогосподарської продукції досить важкий щодо реструктуризації процесу організації виробництва і збуту. «Підвищення ефективності збутової діяльності здійснюється не тільки за рахунок оптимізації каналів збуту, а й за рахунок ефективної внутрішньої організації та стимулюванні збуту» [3, с. 17].

Список використаних інформаційних джерел

1. Про державну підтримку сільського господарства України: Закон України від 24.06.2004 р. // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2004. – № 49. – 527 с.
2. Земельний кодекс України [Електронний ресурс]: Закон України від 25.10.2001. № 2768-III. – Режим доступу: [//www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua). – Назва з екрана.
3. Развитие интегрированных маркетинговых коммуникаций в АПК / Н. В. Иванова // Вестник Национального аграрного университета. – 2011. – № 10 (84). – 196 с.
4. Козенко З. Н. Оценка тенденций развития сбыта продукции в АПК / З. Н. Козенко, Н. В. Иванова // Вестник Национального аграрного университета. – 2013. – № 1. – С. 250.

С. П. Тронь, к. е. н.

ТОВ «Мампродактс»

СТРУКТУРА ДІАГНОСТИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСНО- ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Головним недоліком класичних підходів до оцінки ефективності економічного суб'єкта є приділення головної уваги саме отриманню результату оцінки ефективності без здійснення ана-

лізу причин, чому внаслідок дій підприємства отримано саме такий ефект [1, 2].

Ефект оцінюється як позитивний, якщо отримано покращення цільових показників, або негативний – у протилежному випадку. У результаті керівництво підприємства не має можливості оцінити, наскільки повно було використано наявні можливості, тобто, який коефіцієнт корисної дії у проведених заходів. Тому пропонується не лише оцінювати економічний ефект від інформаційного забезпечення при процесно-орієнтованому управлінні торговельним підприємством, але й здійснювати діагностику ефективності.

Під діагностикою ефективності мається на увазі співставлення витрат на розробку та функціонування інформаційного забезпечення з тими наслідками його використання, що можуть бути кількісно або якісно оцінено, та аналіз причин таких наслідків. При цьому визначаються недостатньо ефективні бізнес-процеси та ступінь відхилення характеристик торговельного підприємства від встановлених цільових показників, а також аналізується шлях, яким було отримано економічний ефект [3, 4].

Головним показником більшості вітчизняних торговельних підприємств є прибуток. Кількість великих корпоративних торговельних підприємств, для яких має сенс як головний цільовий показник встановлювати вартість підприємства, є порівняно незначною. Тому як загальний цільовий показник моделі встановлено прибуток підприємства від торговельної діяльності.

Цільовий показник прибутку підприємства залежить від декількох кількісних показників, що характеризують виконання завдань, які вирішуються завдяки інформаційному забезпеченню при процесно-орієнтованому управлінні торговельним підприємством. У свою чергу, виконання завдань залежить від ефективності складових інформаційного забезпечення процесно-орієнтованого управління [3, 4].

Отже, структура діагностики ефективності інформаційного забезпечення при процесно-орієнтованому управлінні торговельним підприємством складається з трьох рівнів (рис. 1).

На першому рівні оцінюється цільовий показник оцінки ефективності функціонування торговельного підприємства в ці-

лому. Для більшості вітчизняних торговельних підприємств це прибуток, але можуть також бути встановлені інші стратегічні цільові показники. Також оцінюється безпосередньо економічний ефект від здійснених заходів з впровадження інформаційного забезпечення.

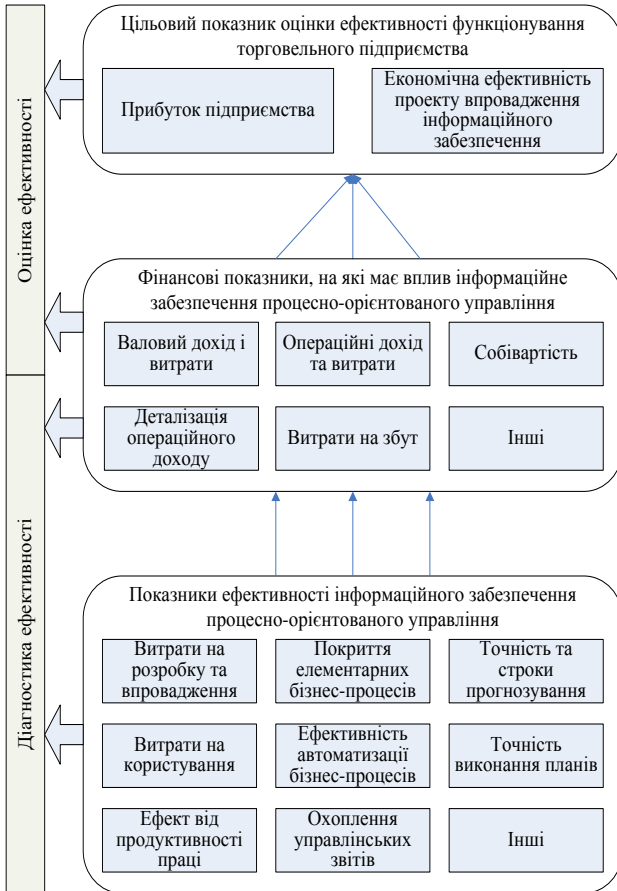


Рисунок 1 – Структура аналізу ефективності інформаційного забезпечення при процесно-орієнтованому управлінні торговельним підприємством

На другому етапі оцінюються фінансові показники, на які має вплив інформаційне забезпечення процесно-орієнтованого управління. Ці показники мають кількісну оцінку у грошовому вимірі, тому між ними та стратегічним цільовим показником може бути виявлено залежність з використанням математичних методів або шляхом логічного висновку. До фінансових показників, на які має вплив інформаційне забезпечення процесно-орієнтованого управління, віднесено:

- валовий дохід і витрати, прямо пов'язані з розміром прибутку та динаміка яких дає можливість оцінити ефективність діяльності торговельного підприємства в цілому;
- дохід і витрати операційної діяльності, потрібні для аналізу ефективності основного напрямку діяльності торговельного підприємства;
- деталізація операційного доходу за групами товарів і послуг, завдяки чому можна визначити, які саме проекти є джерелом прибутку для торговельного підприємства;
- витрати на збут, дослідження яких допомагає виявити, наскільки ефективними є маркетингові заходи та логістична система;
- собівартість, що дозволяє здійснити аналіз прямих витрат на товари та послуги;
- інші показники, включення яких до моделі діагностики залежить від особливостей діяльності конкретного підприємства (адміністративні витрати, витрати на залучення коштів, інші операційні витрати тощо).

На третьому етапі оцінюються нефінансові показники ефективності інформаційного забезпечення процесно-орієнтованого управління. Це показники, які не обов'язково мають грошовий вимір, більш того, вони можуть мати як кількісний, так і якісний вимір.

Але ці показники відображають, як змінились управлінські процеси, ефективність яких залежить від інформаційного забезпечення процесно-орієнтованого управління, тому між ними та показниками попереднього рівня можна встановити логічний зв'язок.

До нефінансових показників ефективності інформаційного забезпечення при процесно-орієнтованому управлінні відносяться:

- ступінь покриття інформаційним забезпеченням елементарних бізнес-процесів;
- ефективність автоматизації елементарних бізнес-процесів;
- охоплення інформаційним забезпеченням характеристик торговельного підприємства при складанні управлінських звітів;
- витрати на розробку та впровадження інформаційного забезпечення;
- витрати на користування інформаційним забезпеченням;
- ефект від підвищення продуктивності праці;
- точність та строки прогнозування.

Таким чином, перший етап дозволяє здійснити оцінку ефективності функціонування торговельного підприємства шляхом розрахунку його прибутку та відокремити економічну ефективність проекту впровадження інформаційного забезпечення процесно-орієнтованого управління. Другий етап одночасно відноситься до оцінки ефективності, адже дає можливість порівняти отримані значення фінансових показників із попередніми, та до діагностики ефективності, оскільки дозволяє дослідити шляхи впливу фінансових показників на цільові показники торговельного підприємства. Третій етап є головним для діагностики ефективності, адже він дозволяє ув'язати фінансові показники з тими впливами на систему управління, які здійснює інформаційне забезпечення. Отже, будується система зв'язків кількісних фінансових показників підприємства з показниками інформаційного забезпечення. Це дозволяє здійснювати регулярний контроль з підвищення ефективності інформаційного забезпечення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Альошкін В. С. Система показників оцінювання ефективності соціально-економічних результатів діяльності підприємства / В. С. Альошкін, О. О. Гречишкіна // Університетські наукові записки. – 2008. – № 2. – С. 344–346.
2. Арич М. І. Оцінка ефективності управління фінансово-економічними результатами підприємств за допомогою матричного методу / М. І. Арич // Науковий вісник [Буковинського дер-

жавного фінансово-економічного університету]. Економічні науки. – 2014. – Вип. 26. – С. 54–62.

3. Рогоза М. Є. Особливості формування та вдосконалення інформаційного забезпечення процесно-орієнтованого управління торговельними підприємствами / М. Є. Рогоза, С. П. Тронь // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – 2015. – № 15(3). – С. 89–93.
4. Рогоза М. Є. Концептуальні засади інформаційного забезпечення процесно-орієнтованого управління торговельними підприємствами / М. Є. Рогоза, С. П. Тронь // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – 2016. – № 16(3). – С. 51–54.

А. В. Харчук; Н. М. Мариніч, студентки
Рівненський державний гуманітарний університет

АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ

Для забезпечення ефективної трудової діяльності перш за все необхідно згуртувати колектив. При розробці плану та вирішенні різних завдань, особливо складних, результати колективної діяльності набагато перевищують індивідуальні досягнення. Колективна робота є більш продуктивною при розробці найбільш плідних проєктів, часто вона буває схильна до підвищеного ризику. Це зумовлюється тим, що група на відміну від її окремих членів приймає більш ризиковані рішення, тому що відповідальність лягає на багатьох людей і частка особистої відповідальності є порівняно не великою.

Діяльність трудових колективів в умовах ринкової економіки, зростання темпів економічного потенціалу підприємств та їх об'єднань збільшує можливості одночасного вирішення взаємопов'язаних завдань економічного і соціального розвитку. Ефективність виробництва в умовах розвинутої ринкової економіки, насамперед, визначається соціальним управлінням та організацією розвитку персоналу, високим ступенем координації спільної роботи працівників, бажанням персоналу відповідати цілям виробництва, заохоченням власної ініціативи працівників з ме-

тою вирішення особистих проблем, зокрема, свого професійного розвитку, професійно-кваліфікаційного просування.

Особливий внесок у розвиток комплексної проблеми соціального розвитку колективів здійснили такі вчені як О. М. Пшенична [5], Н. В. Боровик [1], Д. В. Валовий, І. Є. Ворожейкін. Однак здійснені в даній сфері дослідження ще не повною мірою відповідають проблемам практики та часу і вимагають подальшого розвитку в сучасних умовах господарювання. Це в першу чергу стосується уточнення змісту соціального розвитку колективу підприємства. Соціальний розвиток, на думку Н. Б. Іваницької [3], є процесом забезпечення працівників соціальними гарантіями праці, можливостями самореалізації у психолого-побутових умовах, постійної вмотивованості до підвищення продуктивності праці. У дослідженнях О. М. Пшеничної [5] запропоновано модель управління соціальним розвитком колективів підприємств транспорту. Загальна модель системи управління соціальними процесами на підприємстві зосереджує увагу на взаємодії системи з навколишнім середовищем [4], що є вкрай важливим для оптимального вибору стратегії управління підприємством. Невирішеною проблемою залишається створення загальної моделі системи управління соціальними процесами на підприємстві і проведення аналізу стратегій управління цими процесами.

Соціальний розвиток – це процес якісного удосконалення соціальної складової життєдіяльності персоналу, що забезпечується його власними зусиллями та діями керівництва підприємств, яке функціонує з дотриманням законодавства на принципах соціально-орієнтованого господарювання [2].

Колектив підприємства є найближчим соціальним середовищем для кожного працівника, і саме він забезпечує його постійний розвиток. Соціальний розвиток – це процес удосконалення форм, способів і умов життєдіяльності працівників на основі змін у їх розвитку та соціальній сфері [1]

Так, ефективність формування трудового колективу та в цілому процес управління персоналом впливають на ефективність виробництва, про це свідчить той факт, що виробництво соціальний розвиток та виховання людей являють собою єдиний процес, тому, врахування соціальних особливостей об'єкта уп-

равління і вплив на них, та використання якісного джерела формування колективу сприяють підвищенню результатів роботи конкретного підприємства. Отже, формування якісного трудового колективу є основою ефективного управління персоналом та сприяє покращенню діяльності підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Боровик М. В. Управління соціальним розвитком промислових підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.09.01 / М. В. Боровик. – Харків, 2005. – 217 с.
2. Василюк С. В. Сутність соціально-економічного розвитку персоналу підприємств залізничного транспорту в контексті забезпечення соціально-економічної ефективності діяльності галузі / С. В. Василюк // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. – Одеса : ОНМУ, 2011. – № 34. – 171 с.
3. Іваницька Н. Б. Складові соціального розвитку машинобудівних підприємств / Н. Б. Іваницька // Вісн. Нац. ун-ту «Львівська політехніка». – Львів : НУЛП, 2009. – Вип. 657. – 226 с.
4. Лямец В. І. Системний аналіз / В. І. Лямец, А. Д. Тевяшев. – Харків : ХНУРЭ, 2004. – 448 с.
5. Пшенична Е. Основні тенденції соціального розвитку колективу в економічно розвинених країнах / Е. Пшенична // Світова економічна інтеграція : Міжнар. наук.-практ. конф. : зб. наук. ст. «Управління розвитком» – Харків : ХДЕУ, 2003. – № 2. – 187 с.

І. П. Чайка, к. е. н., доцент

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИМ ПРОСТОРОМ ПІДПРИЄМСТВА

Маркетингове управління підприємством як процес спрямування системної маркетингової взаємодії його функціональних підрозділів щодо залучення, збереження і розвитку споживачів вимагає формування відповідного механізму. Вважаємо, що механізм маркетингового управління слід розглядати як багатоас-

пектну систему застосування методів менеджменту і маркетингу, яка проактивно, тобто у відповідності з усвідомленими глибокими цінностями та цілями діяльності підприємства, забезпечує спільні та скоординовані дії його функціональних підрозділів задля досягнення визначених стратегічних цілей.

Враховуючи специфіку освітньої послуги як товару, зазначимо, що метою маркетингового управління ВНЗ є безперервне вдосконалення механізму його забезпечення, «оскільки неможливо досягти піку неперевершеного обслуговування раз і назавжди» [1, с. 67]. Благополучне функціонування механізму маркетингового управління ВНЗ потребує розвиненого інформаційного зв'язку у системі, тобто управління інформаційно-комунікативним простором (ІКП) (рис. 1).

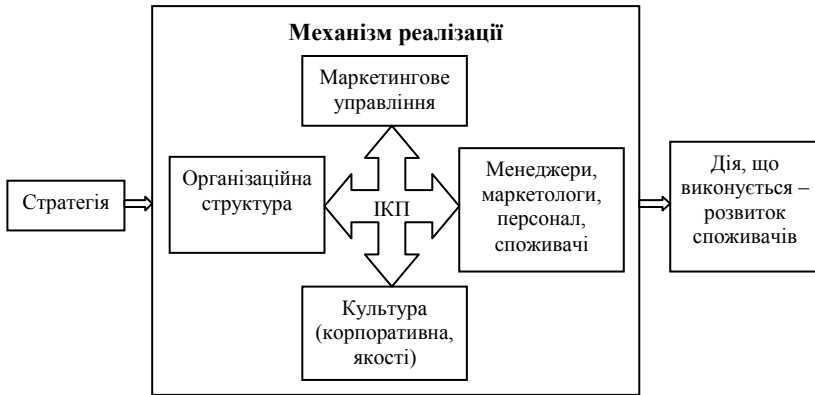


Рисунок 1 – Місце та роль ІКП в механізмі маркетингового управління ВНЗ [розробка автора]

Метою управління ІКП є створення умов переведення інтелектуального потенціалу особистості, групи в продуктивний інтелектуальний капітал ВНЗ, здатний безпосередньо створювати вартість. По суті, ІКП має вирішувати соціально-економічні протиріччя, що виникають внаслідок взаємодій соціальних груп та окремих індивідів (які часто важко сприймають нововведення, прагнуть відстоювати особисті інтереси), формуючи між ними системну взаємодію, направлену на досягнення маркетин-

гових цілей ВНЗ. Для ефективного управління ІКТ є необхідним формування відповідної інформаційної бази даних – маркетингової інформаційної системи, яка стане своєрідним інформаційним контуром, в якому упорядковано накопичену маркетингову інформацію стосовно функціональних процесів всередині вишу, відомостей про зовнішнє мікро- і макросередовище ринку освітніх послуг. Таке упорядкування полегшить доступ до інформації, чим збільшить її затребуваність персоналом та ефективність маркетингового управління ВНЗ в цілому. «У багатьох навчальних закладах не розуміють, чому внутрішні записи та поточна маркетингова інформація можуть відігравати важливу роль у визначенні і вирішенні маркетингових проблем. Маркетингові дослідницькі проекти в ідеалі базуються на існуючих даних і маркетинговій інформації, а не розпочинаються з нуля» [2, с. 74].

Фахівці з маркетингу виділяють у маркетинговій інформаційній системі три підсистеми: внутрішнього обліку компанії, маркетингового спостереження і маркетингових досліджень [11, с. 72]. У ВНЗ кожна з них має будуватися з урахуванням специфіки його функціонування, що стане предметом наших подальших досліджень.

У результаті управління ІКП має утворитися аналітичне поле (побудоване на принципах холізму), яке містить великі обсяги необхідної для ефективного функціонування ВНЗ інформації, зібраної як професійними маркетологами, так і іншими співробітниками. Її правильне розташування полегшить доступ зацікавленим особам та допоможе керівництву і співробітникам вишу швидко адаптуватися до змін ринкового середовища, запитів споживачів і стейкхолдерів, приймати вірні поточні та стратегічні рішення, реалізуючи основне завдання механізму маркетингового управління ВНЗ – розвиток споживачів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Котлер Ф. Стратегічний маркетинг для навчальних закладів / Ф. Котлер, Карен Ф. А. Фокс. – Київ : УАМ, вид. Хімджест, 2011. – 580 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Експресс-курс. / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 3-е вид. – Санкт-Петербург : Питер, 2010. – 480 с.

*Ш. Чжан, студент; И. П. Чайка, к. э. н., доцент
Высшее учебное заведение Укоопсоюза
«Полтавский университет экономики и торговли»*

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ КОММУНИКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Компания Huawei, название которой переводится как «достижение Китая», входит в тройку крупнейших производителей телефонов после Apple и Samsung и постоянно растет. Бренд Huawei широко известен не только из-за капитализации, превышающей \$40 млрд, но и благодаря уникальному подходу к работе с клиентами, ориентации на внешние рынки, а также постоянным инвестициям в инновации. Huawei была основана в 1987 году Женем Чжэнфэем – инженером, который до того работал по специальности в китайской армии. Стартовый капитал составил 21 тысячу юаней. В начале своего существования компания занималась перепродажей автоматических телефонных станций, которые закупались в Гонконге. Через три года компания приступает к собственным исследованиям.

Достигнув определенных успехов на внутреннем рынке, в 1997 году руководство Huawei принимает решение начать экспансию в другие страны. Первый иностранный контракт компании был направлен на обеспечение беспроводной связи в Гонконге. Международная интеграция бренда не ограничилась Азией – Huawei были интересны страны других регионов, в том числе СНГ. Региональное отделение компании в Украине было открыто в 1998 году. Сегодня Huawei предлагает профессиональные услуги для более 1 500 клиентских сетей в более чем 170 странах и регионах – таким образом, компания обслуживает более трети мирового населения. Устройства Huawei – это смартфоны и планшеты, роутеры и модемы, цифровые приставки и многое другое, что объединяет инновационные технологии и стильный дизайн. Компанией созданы исследовательские центры в Китае и других странах: Германии, Швеции, США, Франции, Италии, Индии.

Демонстрируя целостный и практичный подход во всех направлениях своей деятельности, компания планомерно инвестирует

вала в развитие и в течение многих лет целенаправленно наращивала свой потенциал для технологического прорыва. В 2015 году Huawei начала реализацию сервисной стратегии по модели ROADS, которая предполагала переход от принципа ROADS «продукт как основа + услуга как дополнение» к принципу «продукт + услуга как основа». В 2016 году компания вложила более 2 млрд долл в исследования и разработки, а также 2 млрд долл в маркетинг[1].

Что касается Украины, то тут продажи смартфонов китайской компании, по словам ее представителя, «растут взрывообразным темпом... В 2016 году оборот составил 30 млн долл, а в 2017 году производитель ожидает увидеть цифру 90 млн долл» [2].

Считаем, что динамичному развитию компании Huawei не в последнюю очередь способствует ее продуманная маркетинговая коммуникационная политика, а именно использование интегрированного подхода к комплексу продвижения. Компания широко использует весь спектр маркетинговых коммуникаций: рекламирование, связи с общественностью, прямой маркетинг, стимулирование сбыта. Для иллюстрации приведем небольшой перечень использования компанией синтетических маркетинговых коммуникаций в 2015 году:

- участие в международных выставках: в марте Huawei продемонстрировала последние инновационные разработки на выставке СеВІТ, крупнейшей в отрасли ИКТ. Huawei провела на СеВІТ и ряд собственных мероприятий (в том числе организовала несколько экспозиций), конференцию по запуску новых продуктов, форум для ИТ-директоров, церемонии подписания с оглашениями с клиентами и партнерами и несколько небольших форумов [3];

- участие в конференциях: в ноябре Huawei успешно провела в Гонконге конференцию Global Mobile Broadband Forum, на которой обсуждались проблемы сотрудничества в рамках создания мира коммуникаций без границ и задействования потенциала широкополосных сетей мобильной связи для реализации новых возможностей отрасли; в сентябре на второй конференции Ultra-Broadband Forum (Мадрид, Испания), Huawei представила свою стратегию развития сверхширокополосных сетей и др. [3];

– спонсорство: Huawei активно осваивает новые стратегии сотрудничества с другими ведущими брендами из таких сфер, как высокие технологии, искусство, дизайн и культура. В сентябре Huawei впервые приняла участие в Milan Fashion Week, став спонсором Недели моды совместно с журналом Vogue [3].

Таким образом, компания Huawei использует интегрированный подход к формированию комплекса продвижения. То есть умелое объединение отдельных элементов маркетинговых коммуникаций позволяет ей получать от них синергетический эффект.

Список использованных информационных источников

1. Huawei Investment & Holding Co., Ltd. 2016 Annual Report. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www-file.huawei.com/-/media/CORPORATE/PDF/annual-report/AnnualReport2016_en.pdf?la=en. – Название с экрана.
2. Джим Ксу, Huawei: В Украине объем рынка смартфонов растет взрывообразно [Электронный ресурс] / В. Некрасов // Экономическая правда. – 2017. – Режим доступа: <https://www.epravda.com.ua/publications/2017/10/9/629634/>. – Название с экрана.
3. Huawei: Коммуникации без границ. Годовой отчет за 2015 год. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.huawei.com/mediafiles/MediaFiles/D/C/4/%7BDC4081FE-F8B1-4EA7-BC3C-405F85C09833%7DAnnual%20report%202015_RUS.pdf. – Название с экрана.

І. І. Щербань, студент

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

СИСТЕМА АВТОМАТИЗОВАНОГО ОБЛІКУ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК СИСТЕМА ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ

Ефективне функціонування системи управління торгівельним підприємством значною мірою визначається ефективністю і ступенем зрілості базових процесів управління до числа яких в пов-

ній мірі може бути віднесені процеси обліку. На сьогодні задача формування ефективних процесів обліку торговельних підприємств та їх автоматизація в значній мірі вирішена для процесів бухгалтерського обліку. Проте повнота і ефективність її розв'язання в значній мірі залежить від вирішення проблеми організації і виконання підсистеми управлінського обліку. В сукупності з підсистемою бухгалтерського обліку підсистема управлінського обліку вирішують одну з ключових проблем управління підприємством – проблему інформаційного забезпечення менеджменту.

У вирішенні задачі побудови автоматизованої інформаційної системи обліку торговельного підприємства ключова роль відводиться вибору концептуальної моделі системи обліку як невід'ємної компоненти системи менеджменту підприємства. Вибір концептуальної моделі системи обліку прямо залежить від вибору управлінської парадигми для системи менеджменту підприємства. Аналіз сучасних інформаційних джерел в галузі менеджменту беззаперечно підтверджують існування стійкого тренду переходу систем менеджменту на принципи і моделі процесного управління. Концептуальні уявлення щодо підприємства як мережі взаємозв'язаних бізнес-процесів на сьогодні є найбільш поширеним в теорії і практиці менеджменту. Сучасні системи менеджменту будують свою функціональну діяльність на технологіях управління бізнес-процесами, які в числу складових містять важливу компоненту – підсистему інформаційного забезпечення. Остання, в свою чергу, базується на використанні сучасних інформаційних систем збору, накопичення, використання та розподілу облікової інформації.

Побудова автоматизованої інформаційної системи обліку в системі процесного менеджменту торговельного підприємства вимагає для свого вирішення наступних базових завдань:

- вибору і адаптації до процесних модельних уявлень управління існуючих автоматизованих систем бухгалтерського обліку;
- визначення об'єктів управлінського обліку на основі аналізу мережевої моделі бізнес-процесів торговельного підприємства;

- формування сукупності об'єктів процесної моделі як потенційних джерел управлінського обліку;
- визначення інформаційних потреб системи управління об'єктами відповідно до процесної моделі управління підприємством;
- вибір способів і засобів задоволення інформаційних потреб системи управління бізнес-процесами підприємства;
- інтеграція локальних рішень задачі задоволення інформаційних потреб системи управління бізнес-процесами в єдину автоматизовану інформаційну систему обліку.

З огляду на інформацію сучасних інформаційних джерел можна стверджувати, що на сьогодні найбільш вирішеним завданням побудови інформаційної системи обліку в систем процесного менеджменту є перше із зазначених вище завдань. Решта важливих завдань знаходяться в різному стані їх вирішення для систем менеджменту торгівельних підприємств.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лепейко Т. І. Реінжиніринг бізнес-процесів : навч.-практ. посіб. у схемах і табл. / Т. І. Лепейко, А. В. Котлик; Харківський національний економічний ун-т. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2009. – 80 с.
2. ДСТУ ISO 9000-2001.
3. Репин В. В. Процессный подход к управлению: Моделирование бизнес-процессов / В. В. Репин, В. Г. Елиферов. – 6-е изд. – Москва : РИА «Стандарты и качество», 2008. – 408 с.

СЕКЦІЯ 2. МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ І ПРОЦЕСІВ

В. І. Божко

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

МЕТОДИКА ДЕКОМПОЗИЦІЇ ПРОЕКТУ ПРОГРАМНОЇ ПІДСИСТЕМИ РОЗПОДІЛЕНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ

Однієї з основних проблем при створенні розподілених інформаційних систем (РІС) є забезпечення високого рівня функціональної безпеки (ФБ) її програмної підсистеми (ПП) [1]. Для сучасних РІС характерною є необхідність відмовостійкої реалізації механізмів міжпроцесної взаємодії яка потребує автоматизації процесу відновлення функціональності системи при відповідному рівні оперативності. До різкого зниження рівня ФБ у розподілених інформаційних системах приводять наступні проблеми міжпроцесної взаємодії: координації, «перегони» даних, нескінченної відстрочки, взаємоблокування, ненадійність мережі обміну даними [2]. Ці проблеми обумовлюються гетерогенністю мереж, і навіть якщо РІС не є гетерогенною, то залишається проблема взаємодії між декількома процесами або потоками.

Таким чином, актуальною є задача забезпечення заданого (гарантованого) рівня ФБ ПП у РІС.

Для розв'язку цієї задачі на різних етапах життєвого циклу ПП застосовуються традиційні методи підвищення ФБ: перевірка проекту експертами; застосування засобів проектування програм, профілактичний супровід; захист ПП від помилок. Етап проектування ПП є визначальним при створенні РІС, тому застосування відомих механізмів міжпроцесної взаємодії [2], повинне гарантувати необхідний рівень її ФБ.

Крім того, аналіз сучасних платформ розробки ПП РІС, демонструє що реалізація деяких властивостей відмовостійкості не забезпечується, і якщо в них виникає необхідність, то розробник повинен сам реалізовувати ці механізми (або за рахунок спеці-

фічного проектування ПП) або користуватися готовими рішеннями за рамками платформи.

Складність, а тому й невизначеність, застосування відомих механізмів, адекватні складності системи, для якої вона розробляється, тому доцільним бачиться розв'язок наукового завдання на основі розробки ітераційних процедур декомпозиції проекту ПП на архітектурні елементи з урахуванням ризиків реалізації механізмів міжпроцесної взаємодії.

Завдання по декомпозиції проекту програмної підсистеми РІС представимо завданням вибору оптимальної версії архітектури проекту за критерієм мінімізації типових ризиків реалізації механізмів міжпроцесної взаємодії.

Пропонована методика декомпозиції проекту програмної підсистеми РІС на архітектурні елементи з урахуванням ризиків реалізації механізмів міжпроцесної взаємодії включає наступні етапи:

1. Визначення архітектурних елементів у версії проекту програмної підсистеми РІС відповідно до принципів компонентного програмування.

2. Визначення логічного критерію безпечного функціонування механізмів міжпроцесної взаємодії компонентів, як реалізацію загрози відмови в їх обслуговуванні.

3. Декомпозиція версії проекту ПП на кінцеве число N архітектурних елементів $i = 1, 2, \dots, N$ і побудова графа функціональної безпеки проекту.

4. Побудова логічної функції безпечного функціонування (ЛФБФ) для версії проекту ПП [3].

5. Перевірка реалізації необхідного рівня безпечного функціонування механізмів міжпроцесної взаємодії відповідно до визначеного критерію.

6. Висновок про продовження або припинення ітераційного процесу декомпозиції архітектури програмної підсистеми.

Запропонована методика дозволяє провести оцінку декомпозиції архітектури проекту ПП із погляду безпеки її функціонування в РІС. Розвиток запропонованої методики планується в напрямку вдосконалення інструментальних засобів побудови ЛФБФ для структурно-складних ПП.

Список використаних інформаційних джерел

1. Липаев В. В. Функциональная безопасность программных средств / В. В. Липаев. – Москва : СИНТЕГ, 2004. – 348 с.
2. Таненбаум Э. Распределенные системы. Принципы и парадигмы / Э. Таненбаум, М. ван Стеен. – Санкт-Петербург : Питер, 2003. – 877 с.
3. Нозик А. А. Оценка надежности и безопасности структурно-сложных технических систем [Электронный ресурс]: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата технических наук / А. А. Нозик. – Санкт-Петербург : ОАО «СПИК СЗМА», 2005. – 18 с. – Режим доступа: <http://www.szma.ru/art39.pdf>. – Название с экрана.

К. Ю. Вергал, к. е. н., доцент

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ВИКОРИСТАННЯ ГЕНЕТИЧНИХ АЛГОРИТМІВ ПРИ ФОРМУВАННІ ІНТЕГРОВАНОЇ СТРУКТУРИ

Розвиток інтегрованої структури тісно пов'язаний з її взаємодією із зовнішнім середовищем, оскільки результатом такої взаємодії є розширення інтегрованої структури за рахунок включення нових агентів. А тому одним із етапів механізму управління розвитком інтегрованого підприємства є пошук агентів, здатних увійти до його структури та відбір тих, які оптимальним чином задовольняють його вимогам.

Наявність значної кількості критеріїв згідно яких здійснюється вибір найкращого підприємства призводить до формування багатокритеріальної задачі, а отже постає необхідність використання генетичних алгоритмів при дослідженні умов формування інтегрованої структури. Генетичний алгоритм – це евристичний алгоритм пошуку, що використовується для вирішення задач оптимізації і моделювання шляхом послідовного підбору, комбінування і варіації шуканих параметрів з використанням механізмів, що нагадують біологічну еволюцію [1].

Перевагою генетичних алгоритмів є використання крім цільової функції, функції пристосування, яка може бути застосована

до оцінювання усіх агентів із зовнішнього середовища інтегрованого підприємства, і згідно термінології визначає можливість виживання організму, що представлений цим вектором.

Сформулюємо задачу розробки структури генетичного алгоритму, який буде пристосований для розв'язання задачі формування інтегрованої структури.

Припустимо, є певна кількість агентів m і задані критерії, які сприятимуть їх об'єднанню. Згідно генетичного алгоритму кожен варіант інтеграції розглядається як особина, а значення цільової функції для цього варіанту – як пристосованість даної особини. В процесі еволюції пристосованість особин буде зростати. Це означає, що будуть з'являтися більш кращі оптимальні варіанти. Зупинивши еволюцію в певний момент та вибравши кращий варіант, можна отримати достатньо прийнятний розв'язок задачі.

Таким чином, щоб розв'язати задачу в даній постановці, потрібно розробити послідовність операцій, які моделюють інтеграційні процеси на основі аналогів механізмів генетичного наслідування і природного відбору.

Представимо загальну схему базового генетичного алгоритму [5], як ітераційний процес, що складається з кількох етапів:

1. На етапі ініціалізації генерується початкова популяція з N бінарних хромосом, яка описує ресурси агентів зовнішнього середовища інтегрованої структури.

2. Формуються критерії які описують потреби агентів (мотиви до інтеграції), на основі яких формується функція пристосування.

3. Оцінюються пристосування хромосом в популяції, що дозволяє з множини агентів зовнішнього середовища відібрати ті, значення критеріїв яких максимально відповідають вимогам та очікуванням інтегрованої структури.

4. На основі етапів відбору та селекції з імовірністю P_i відбирається агент з оптимальними критеріями.

5. На етапі схрещування проводиться розширення інтегрованої структури.

6. На етапі мутації переглядаються нові вимоги до агентів, які можуть увійти до інтегрованої структури, формуються нові критерії інтеграції.

Генетичний алгоритм підтримує N хромосомних ниток (претендентів на оптимальне рішення), що утворюють популяцію [1]. На кожній ітерації проводиться відбір з популяції найбільш придатних агентів зовнішнього середовища і відбувається розвиток інтегрованого підприємства.

Подальші дослідження будуть спрямовані на визначення показників (генів), що входять до складу хромосом та опису моделей і механізмів експертного оцінювання значень генів хромосоми кожного агента.

Список використаних інформаційних джерел

1. Ротштейн О. П. Інтелектуальні технології ідентифікації: нечіткі множини, генетичні алгоритми, нейронні мережі / О. П. Ротштейн. – Вінниця : УНІВЕРСУМ–Вінниця, 1999. – 320 с.

Д. А. Вернигора, магістр; **О. К. Кузьменко**, к. е. н., доцент
Вищий навчальний заклад Укоопспілку
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ОСОБЛИВОСТІ ПІДХОДІВ ВИЗНАЧЕННЯ ТА МОДЕЛЮВАННЯ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ

На сьогоднішньому етапі розвитку економіки України проблема підвищення рівня життя населення є однією з найбільш актуальних. Одним із головних напрямків державної політики в соціальній та економічних сферах є створення сприятливих умов для безпечного, гідного, євроорієнтованого життя населення та забезпечення економічного розвитку і соціальної стабільності в суспільстві в цілому. Рівень життя населення залежить від економічного потенціалу і значною мірою визначається величиною ВВП і структурою його використання. Джерелом підвищення рівня життя населення є зростання національного доходу, який являє собою частину сукупного суспільного про-

дукту після відрахування витрачених у процесі виробництва засобів праці і матеріальних витрат, тобто новостворену вартість. Аналіз матеріального становища та витрат населення країни не дають можливості оцінити перспективи змін рівня життя населення навіть у короткостроковій перспективі. Можна лише стверджувати, що сучасна ситуація в країні негативно впливає на рівень життя населення. Найбільш впливовими факторами, є зменшення реальних доходів внаслідок зростання цін на основні товари та послуги, стрімке збільшення тарифів житлово-комунальної сфери, війна на сході країни, недобросовісне поводження роботодавців, котрі до сих пір виплачують робітникам заробітню плату в конвертах, що також впливає і на ситуацію в пенсійному фонді. Соціально-економічні індикатори рівня життя населення можна розглядати як узагальнюючі, що відображують сумарне споживання і можливості такого споживання, та як відносні, що характеризують окремі сторони добробуту населення. Типовими узагальнюючими показниками є рівень і динаміка номінальних та реальних доходів населення, загальний обсяг споживання населенням благ і послуг. Особливість цих показників полягає у тому, що вони відображують не тільки абсолютні зміни в рівні життя населення, а також і відносну динаміку в розрахунку на душу населення, сім'ю, тисячу або 10 тис. жителів. Друга група показників визначається тільки у відносному виразі: споживання основних продуктів харчування, інших споживчих товарів, забезпеченість послугами охорони здоров'я, освіти, транспортними, житлово-комунальними тощо на душу населення, сім'ю, тисячу або 10 тис. жителів.

Для моделювання витрат населення було сформовано різні варіанти, з яких за допомогою тестового моделювання було обрано три найбільш ймовірних. Результати моделювання свідчать про те, що за будь-яким сценарієм у короткостроковій перспективі слід очікувати скорочення рівня витрат та зміну їх структури. Найбільшою статтею витрат поряд з витратами на продукти харчування стають витрати на послуги житлово-комунальної сфери. Найбільше постраждають від зростання цін та тарифів найбідніші верстви населення. Необхідно відмітити, що реалізація будь-якого сценарію у короткостроковій перспективі не

приведе до скорочення витрат на продовольчі товари та безалкогольні напої, оскільки населення країни починає економити на харчуванні в останню чергу, коли вже всі інші статті витрат досягли свого критичного рівня. Внаслідок реалізації будь-якого сценарію, в першу чергу, зменшаться витрати на непродовольчі витрати. Так на 2017-й рік за даними Держстату, на продукти харчування та неалкогольні напої витрачають аж 49,8 % доходу. Ще 40,5 % українці витрачають на непродовольчі товари та послуги. Зокрема на житло та комунальні послуги громадяни України в середньому витрачають 16 % доходів.

Подальший розвиток суспільства супроводжується зростанням реальної заробітної плати і доходів, поліпшенням якості предметів споживання і послуг тощо. Оскільки збільшення фонду споживання має певні межі, необхідно забезпечити оптимальне співвідношення між фондами споживання і нагромадження, щоб забезпечити як високі і стабільні темпи економічного зростання, так і підвищення рівня життя.

Список використаних інформаційних джерел

1. Жеребин В. М. Уровень жизни населения / В. М. Жеребин, А. Н. Романов. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 592 с.
2. Жінки і чоловіки Тернопільщини. Статистичний збірник / Головне управління статистики у Тернопільській області. – Тернопіль, 2011. – 104 с.
3. Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності [Електронний ресурс]: Закон України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1105-14>. – Назва з екрана.
4. Загорський К. Життєвий цикл та інші детермінанти суб'єктивного благополуччя / К. Загорський // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2005. – № 3. – С. 178.
5. Закон України «Про стимулювання розвитку регіонів» // Голос України. – 2005. – № 211. – С. 19.
6. Електронний ресурс – <http://studentbooks.com.ua/content/view/318/39/1/2/>

7. Електронний ресурс – <http://library.if.ua/book/62/4485.html>
8. Електронний ресурс – http://pidruchniki.com/1373112039864/politekonomiya/riven_zhittya_yogo_pokazniki
9. Електронний ресурс – <http://referat-ok.com.ua/sociologiya/riven-zhittya-yak-ekonomichna-kategoriya-faktori-pokazniki>
10. Електронний ресурс – http://194.44.12.92:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/960/Article_NASOA_2015_1.pdf?sequence=1

В. М. Глушко, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Маркетинг – складний, ієрархічно структурований процес, який постійно розгортається в часі, в якому важливе дослідження.

Мета маркетингу полягає у задоволенні попиту споживачів шляхом наукової ефективної та ефективної організації процесу купівлі-продажу товарів. Реалізація цих цілей вимагає:

- правильного формування ринку (підпорядковуючись певним правилам), бути «прозорим» (що дозволить оцінювати його статус, параметри та розвиток) та передбачуваним (забезпечення можливості прогнозувати зміни);
- обмежити спонтанність ринку шляхом регулювання деяких ринкових процесів;
- робити конкуренцію упорядкованою, підпорядкованою певним обмеженням; виключити можливість недобросовісної конкуренції;
- підпорядкувати виробничі та торгові вимоги до ринку, тобто інтереси споживача;
- розробляти та впроваджувати на ринкову діяльність принципи науково обґрунтовані технології товарообігу та розподілу (дистрибуцію);
- забезпечення високої ефективності рекламної та іншої маркетингової діяльності;

Маркетингові дослідження є основою для маркетингової діяльності підприємств.

Маркетингові дослідження зв'язують споживача і громадськість з виробником і продавцем через інформацію, що використовується для:

- виявлення і визначення сприятливих можливостей і проблем;
- планування, вдосконалення і оцінки заходів маркетингу;
- здійснення моніторингу маркетингової діяльності;
- розуміння шляхів підвищення ефективності специфічних заходів маркетингу;
- реалізації маркетингу як єдиного процесу.

Маркетингові дослідження виконують три основні функції:

- описова функція – збирання і представлення тверджень стосовно певного факту;
- діагностична функція – пояснення певних даних або дій;
- прогнозна функція – надання можливості досліднику прогнозувати результати запланованого маркетингового рішення.

Маркетингові дослідження є комплексними і проводяться в трьох напрямках (табл. 1).

Таблиця 1 – Основні напрямки маркетингових досліджень та їхні фактори дослідження

Макросередовище	Мікросередовище	Підприємство
Фактори дослідження:		
<ul style="list-style-type: none"> – економічних; – демографічних; – технологічних; – національно-культурних; – політико-правових; – природних та екологічних 	<ul style="list-style-type: none"> – кон'юнктура ринку та її тенденції; – споживачі і споживання; – конкуренти; – постачальники; – посередники і тенденції в цій сфері; – інші контактні групи, які впливають на фірму (банки, страхові компанії, дослідницькі агентства, засоби масової інформації тощо); – ресурси і можливості самої фірми. 	<ul style="list-style-type: none"> – виробництво; – збут; – ціна; – засоби комунікації та їх ефективності.

Маркетингові дослідження повинні проводитися професійно і продумано на всіх етапах, починаючи від вибору типу маркетингового дослідження і закінчуючи методами обробки даних і формою представлення результатів.

Отже, можна сказати про те, що існує досить великий спектр напрямків маркетингових досліджень. Маркетингові дослідження допомагають забезпечити різноманітною інформацією особу, яка приймає управлінські рішення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Белова Т. Г. Маркетингові дослідження : конспект лекцій для студ. за напрямом підготовки 6.030507 «Маркетинг» усіх форм навчання / Т. Г. Белова. – Київ : НУХТ, 2010. – 131 с.
2. Галицкий Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2014. – 570 с. – Серия : Бакалавр. Углубленный курс.
3. Жегус О. В. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / О. В. Жегус, Т. М. Парцирна ; ФОП Іванченко І. С. – Харків, 2016. – 237 с.
4. Корж М. В. Маркетинг : навч. посіб. / М. В. Корж. – Київ : Центр учб. л-ри, 2008. – 344 с.

М. А. Грущенко, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ТОРГОВИХ МЕРЕЖ ТА ЙОГО МОДЕЛЮВАННЯ

Торгівельна мережа як сукупність підприємств з постачання та продажу товарів населенню функціонує на відпрацьованих стандартизованих бізнес-процесах, менеджментом і сформованим корпоративним кліматом. Для покращення якості обслуговування покупців в таких мережах впроваджено сучасні інформаційні системи, які дають змогу приймати обґрунтовані управлінські рішення з меншими комерційними ризиками. Значним рівнем актуальності розвитку діяльності та можливостей сфор-

мувати цивілізовану й ефективну функціонуючу торгівельну мережу за рахунок зменшення ланковості товароруху, а отже й посередників – перекупників. Завдяки цим перевагам торгівля розвивається в різних країнах, зокрема в Україні. Пріоритетного розвитку вона набула в оптовій та роздрібній торгівлі як продовольчими та непродовольчими товарами.

Високими темпами почали розвиватися торговельні мережі в торгівлі непродовольчими товарами, але торгівля переважно відбувається за рахунок товарів іноземних виробників. Позитивним розвитком торгівлі є те, що в Україні почали створюватися франчайзингові мережі в різних сферах виробництва. Переважна їх кількість знаходиться в сфері торгівлі, із 98 підприємств 34 є франчайзинговими .

На розвиток торгової мережі впливають такі фактори:

– соціально-економічні й демографічні (статевікова, соціальна і професійна приналежність, розмір і життєвий цикл сім'ї, кількість у пій дітей, рівень освіти, культури і стиль життя споживачів тощо);

– географічні (величина населеного пункту за площею території та чисельністю населення, його значення за адміністративним поділом (місто, село) та виконуваними функціями, його роль у загальній системі розселення і взаємозв'язок з іншими населеними пунктами тощо);

– містобудівні (особливості планування, функціонального зонування (у містах, наприклад, відокремлюють житлові, промислові та складські зони, ділові центри, місця масового відпочинку населення) і забудови території населеного пункту, густина розселення, поверховість житлових будинків, споруд та різних установ, де перебувають потенційні покупці);

– транспортні (рівень забезпеченості мешканців населеного пункту транспортом загального використання, ефективність його функціонування, транспортний взаємозв'язок з іншими населеними пунктами, стан розвитку особистого автомобільного транспорту);

– організаційно-технологічні (комп'ютерна і телекомунікаційна техніка й технології, штрихове кодування та методи продажу товарів.);

- управлінські (логістичні підходи в управлінні, стратегія економічного розвитку, рівень регулювання з боку держави);
- фінансові (обсяг капітальних вкладень, рівень інвестиційної активності, пільгове кредитування тих видів і типів торговельних підприємств, розвиток яких доцільно стимулювати).

В. О. Дрожжа, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

МОДЕЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні умови ринкового господарювання пред'являють до методів прогнозування дуже високі вимоги, зважаючи всі зростаючу важливість правильного прогнозу для долі підприємства, та і економіки країни в цілому. Саме прогнозування функціонування економіки регіонів або навіть країни потрібно приділяти пильну увагу на даний момент, тому що за пеленою теперішніх власних проблем всі чомусь забули про те, що економіка країни теж повинна управлятися, а отже і прогнозування показників її розвитку має бути поставлено на тверду наукову основу. Під моделювання розуміється процес побудови, вивчення і застосування моделей. Воно тісно пов'язане з такими категоріями, як абстракція, аналогія, гіпотеза та ін. Процес моделювання обов'язково включає і побудова абстракцій, і умовиводи за аналогією, і конструювання наукових гіпотез.

Метою роботи є вивчення методики моделювання розвитку сільськогосподарського підприємства.

Виклад основних результатів. Процес виробництва товарів і послуг пов'язаний із взаємодією засобів виробництва, предметів праці і робочої сили. Склад перерахованих елементів виробництва, характер їх взаємодії визначають різні результати підприємств, колективів та окремих працівників. Орієнтація виробника на кращі результати господарювання вимагає глибокого аналізу процесу виробництва в цілому і його окремих складових.

Ступінь складності об'єктів або систем залежить від змісту складових елементів. Чим простіше складові, чим менше їх, тим

легше передбачити поведінку об'єкта. Передбачення можливих змін у стані досліджуваних об'єктів чи явищ вимагає знання наслідків від взаємодії частини або всіх елементів. Оскільки наслідки і характер взаємодії залежать від кількісного і якісного стану складових об'єктів, виникає необхідність простежити за змінами досліджуваних об'єктів.

В останні роки в наукових дослідженнях аграрної економіки використовують комплекс різноманітних моделей. Ці моделі розглядаються за такими класифікаціями:

1. В залежності від часу або періоду моделювання розрізняють:

- Довгострокові (5–15 років);
- Середньострокові (3–5 років);
- Короткострокові (1–2 роки);
- Оперативні (місяць, квартал, т. є на поточний період).

2. Залежно від рівня управління системами агропромислового комплексу:

- Міжгалузеві;
- Галузеві;
- Регіональні;
- Внутрішньогосподарські.

3. Залежно від ступеня визначеності інформації, використовуваної в моделях:

- Детерміновані;
- Стохастичні.

4. По можливості обліку тимчасових змін моделі бувають:

- Статичні;
- Динамічні.

5. По використовуваному математичному апарату розрізняють такі класи методів і моделей:

- Аналітичні;
- Оптимізаційні;
- Імітаційні.

При постановці різних економічних завдань в АПК широко застосовуються методи математичного програмування, суть якого полягає у використанні алгоритму послідовних наближень: спочатку йде пошук довільного допустимого плану, а потім його

поліпшення до найкращого (оптимального) варіанта. Поетапно виконуються наведені нижче операції:

1. Постановка економіко-математичної моделі;
2. Якісний аналіз взаємозв'язку елементів модельованого об'єкта;
3. Кількісний аналіз елементів модельованого об'єкта;
4. Побудова структурної економіко-математичної моделі;
5. Методику обґрунтування вихідної інформації;
6. Складання завдання, вирішення, аналіз результатів.

Але в свою чергу постановка економіко-математичної моделі передбачає вирішення наступних питань:

- 1) Визначення об'єкта дослідження.
- 2) Вибір року, за даними якого проводимо розрахунки.
- 3) Вибір критерію оптимальності і на його основі визначення цільової функції.

Основні змінні описують основний зміст завдання, визначають її конструкцію, додаткові деталізують або пояснюють зміст основних, а допоміжні дають додаткову інформацію про функціонування об'єкта.

Висновок. У цій роботі представлено особливості і методику моделювання розвитку сільськогосподарського підприємства.

Розглядаючи сутність та класифікацію економіко-математичних методів і зміст етапів їх побудови, ми проаналізували методику моделювання програми розвитку сільськогосподарських підприємств в роботах вчених економістів. Розглянули докладніше основні економіко-математичні моделі. Економіко-математичні методи забезпечують формування збалансованого плану спеціалізації і поєднання галузей, який визначається як найкращий при заданих умовах виробництва.

Список використаних інформаційних джерел

1. Баланюк І. Ф. Реформування в аграрному секторі регіону / І. Ф. Баланюк. – Київ : ІАЕ, 1999. – 270 с.
2. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств / В. Г. Андрійчук. – Київ : ІЗМН, 2006. – 512 с.
3. Гатаулін А. М. Економіко-математичні методи в плануванні сільськогосподарського виробництва / А. М. Гатаулін, Г. В. Гаврилов, Л. А. Харитонова. – Київ : Вища шк., 2000. – 260 с.

4. Івашук О. Т. Математичні методи та моделі в аграрному менеджменті : навч. посіб. / О. Т. Івашук. – Тернопіль : Економічна думка, 2009. – 232 с.

О. О. Ємець, д. ф.-м. н., професор
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»
Т. М. Барболіна, к. ф.-м. н., доцент
Полтавський національний педагогічний університет
імені В. Г. Короленка

ДЕТЕРМІНОВАНА І СТОХАСТИЧНА МОДЕЛЬ ЗАДАЧІ МАКСИМІЗАЦІЇ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ РОЗПОДІЛУ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ МІЖ МАРШРУТАМИ

Доповідь присвячена моделюванню прикладних задач задачами евклідової комбінаторної оптимізації на розміщеннях, у тому числі з імовірнісною невизначеністю.

Розглядається така задачі максимізації рентабельності розподілу транспортних засобів між маршрутами [1]. Нехай фірма з організації перевезень має парк з η транспортних засобів різної вантажопідйомності і $k \leq \eta$ маршрутів перевезення. Для кожного маршруту відомі витрати d_j на перевезення одиниці товару і відповідний прибуток c_j ; нехай також c_0 – прибуток, а d_0 – витрати, незалежні від розподілу транспортних засобів за маршрутами. Необхідно так розподілити транспортні засоби за маршрутами, щоб максимізувати рентабельність.

Нехай x_j – вантажопідйомність машини, що спрямовується на j -й маршрут. Тоді рентабельність перевезень для такого розподілу транспортних засобів між маршрутами становить

$$F(x) = \frac{\sum_{j=1}^k c_j x_j + c_0}{\sum_{j=1}^k d_j x_j + d_0}. \quad (1)$$

Формалізація обмеження на наявні транспортні засоби може бути здійснена з використанням апарату евклідової комбінаторної оптимізації, основні поняття якої вживатимемо відповідно до [2]. Позначимо Γ – мультимножину значень вантажопідйомності транспортних засобів. У такому випадку вектор $x = x_1, x_2, \dots, x_k$ є упорядкованою вибіркою з мультимножини Γ , тобто елементом загальної множини розміщень: $x = x_1, x_2, \dots, x_k \in E_\eta^k(\Gamma)$. Отже, задача полягає у максимізації на множині $E_\eta^k(\Gamma)$ функції (1), тобто у знаходженні пари $\langle F(x^*), x^* \rangle$, яка задовольняє умову

$$F(x^*) = \max_{x \in E_\eta^k(\Gamma)} F(x); \quad x^* = \arg \max_{x \in E_\eta^k(\Gamma)} F(x). \quad (2)$$

Зазначимо, що в реальній ситуації у визначенні вихідних даних може бути присутня невизначеність. Зокрема, природно вважати прибуток випадковою величиною. У цьому випадку для побудови математичної моделі може бути використаний підхід до постановок оптимізаційних задач зі стохастичними параметрами, запропонований в [3]: мінімум визначається на основі відношення порядку, введеного на множині дискретних випадкових величин або на фактор-множині за еквівалентністю, що визначається рівністю певних числових характеристик випадкових величин.

Порядок \preceq на множині дискретних випадкових величин вводиться на основі порівняння математичних сподівань, дисперсій випадкових величин, їх можливих значень та відповідних імовірностей [3]. У цьому випадку задача полягає у знаходженні елемента F^* скінченної множини випадкових величин $\Omega = \{F(x) / x \in E_\eta^k(\Gamma)\}$, який задовольняє умову $F^* \preceq F$ для будь-якого $F \in \Omega$.

Аналогічно формулюється задача на фактор-множині (операції додавання відповідних класів еквівалентності та множення класу на число сформульовано, зокрема, в [3]).

Таким чином, у доповіді представлено побудову математичної моделі задачі максимізації рентабельності розподілу транспортних засобів між маршрутами, у тому числі у випадку імовірнісної невизначеності у визначенні прибутку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Ємець О. О. Моделювання детермінованими і стохастичними задачами комбінаторної оптимізації / О. О. Ємець, Т. М. Барболіна // Математичне та комп'ютерне моделювання. Серія: Фізико-математичні науки. – 2016. – Вип. 14. – С. 70–80.
2. Стоян Ю. Г. Теорія і методи евклідової комбінаторної оптимізації [Електронний ресурс] / Ю. Г. Стоян, О. О. Ємець. – Київ : Інститут системних досліджень освіти, 1993. – 188 с. – Режим доступу: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/487>. – Назва з екрана.
3. Емец О. А. Об оптимизационных задачах с вероятностной неопределенностью / О. А. Емец, Т. Н. Барболина // Доповіді Національної академії наук України. – 2014. – № 11. – С. 40–45.

О. О. Ємець, д. ф.-м. н., професор;

Є. М. Ємець, к. ф.-м. н., професор;

С. В. Ванжа, аспірант

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ОГЛЯД ЗАДАЧ ОПТИМІЗАЦІЇ НА ЕВКЛІДОВИХ СПОЛУЧЕННЯХ В ДОСЛІДЖЕННЯХ ПОЛТАВСЬКИХ АВТОРІВ

В доповіді дається огляд робіт полтавських вчених з 1991 року, присвячених розробці методів оптимізації на множині евклідових сполучень.

Ці дослідження можна аналізувати за такими напрямками:

1) дослідження евклідових множин сполучень та їх опуклих оболонки: [1, 6, 13, 17, 18, 27–30];

2) встановлення властивостей функцій при їх оптимізації на сполученнях [1, 2, 6–8, 12, 16, 22, 23];

3) методи і алгоритми оптимізації на сполученнях [3–6, 9, 13–15, 19–21, 25, 26];

- 4) моделі на сполученнях [3, 6, 10, 11, 13–15, 19–21, 24];
- 5) параметричні задачі на сполученнях [14, 15, 19–21, 25].

Список використаних інформаційних джерел

1. Емец О. А. Множество сочетаний с повторениями, отображенное в, и свойства задач оптимизации на нем / О. А. Емец // Докл. АН УССР. – 1991. – № 4. – С. 69–72.
2. Емец О. А. Свойства целевых функций на сочетаниях и размещениях / О. А. Емец // В кн.: Тезисы докл. 43 научн. конф. профессор., препод., науч. работ., аспиран. и студен. ин-та; Минвуз УССР. Полт. инж.-строит. ин-т. – Полтава, 1991. – С. 283.
3. Емец О. А. Евклидовы комбинаторные множества и оптимизация на них. Новое в математическом программировании: учеб. пособие [Электронный ресурс] / О. А. Емец. – Киев: УМК ВО, 1992. – 92 с. – Режим доступа: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/489>. – Название с экрана.
4. Емец О. А. Приближенный метод решения условных задач на погруженном в множество сочетаний / О. А. Емец, О. С. Пичугина // В кн.: Тезисы докл. 44 научн. конф. профессор., препод., науч. работ., аспиран. и студен. ин-та; Минобраз. Украины. Полт. инж.-строит. ин-т. – Полтава, 1992. – С. 283.
5. Емец О. А. О приближенном решении условных задач оптимизации на евклидовом множестве сочетаний с повторениями / О. А. Емец, О. С. Пичугина; Полт. инж.-строит. ин-т. – Полтава, 1993. – 16 с. – Деп. в ГНТБ Украины 5.7.93, № 1355-Ук93.
6. Стоян Ю. Г. Теорія і методи евклідової комбінаторної оптимізації [Електронний ресурс] / Ю. Г. Стоян, О. О. Ємець. – Київ: Ін-т системн. досліджень освіти, 1993. – 188 с. – Режим доступу: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/487>. – Назва з екрана.
7. Емец О. А. Об экстремальных свойствах недифференцируемых выпуклых функций на евклидовом множестве сочетаний с повторениями / О. А. Емец // Украинский математический журнал. – 1994. – Т. 46, № 6. – С. 680–691.

8. Emets O. A. Extremal properties of nondifferentiable convex functions on Euclidean sets of combinations with repetitions / Emets O. A. // *Ukrainian Mathematical Journal*. – 1994. – V. 46, № 6. – P. 735–747.
9. Ємець О. О. Метод точного розв'язку однієї задачі лінійної оптимізації на та її застосування / О. О. Ємець, О. С. Пічугіна // В кн. : Тези доп. 47 наук. конф. професор., препод., науч. работ., аспиран. и студен. ин-та ун-ту. Ч. 1 ; Міносвіти України. Полт. техн. ун-т. – Полтава, 1995. – С. 68.
10. Ємець О. О. Задача одновимірного рюкзака як задача лінійної оптимізації на сполученнях / О. О. Ємець, О. С. Пічугіна // В кн. : Тези доп. 47 наук. конф. професор., препод., науч. работ., аспиран. и студен. ин-та ун-ту. Ч. 1 / Міносвіти України. Полт. техн. ун-т. – Полтава, 1995. – С. 69.
11. Емец О. А. Задача упаковки в полосу на сочетаниях с повторениями / О. А. Емец, О. С. Пичугина ; Полт. техн. ун-т. – Полтава, 1995. – 18 с. – Деп. в ГНТБ Украины 05.04.95, № 771-Ук95.
12. Ємець О. О. Властивості множини сполучень / О. О. Ємець, О. С. Пічугіна // В кн. : Тези доп. 48 наук. конф. професор., препод., науч. работ., аспиран. и студен. ин-та ун-ту Ч. 1 ; Міносвіти України. Полт. техн. ун-т. – Полтава, 1996. – С. 64.
13. Ємець О. О. Застосування властивостей множини сполучень при розв'язанні задач упакування / О. О. Ємець, О. С. Пічугіна // В кн.: Тези доп. 48 наук. конф. професор., препод., науч. работ., аспиран. и студен. ин-та ун-ту. Ч. 1 ; Міносвіти України. Полт. техн. ун-т. – Полтава, 1996. – С. 63.
14. Ємець О. О. Алгоритмічний розв'язок двох параметричних задач на множині сполучень з повтореннями / О. О. Ємець, А. А. Роскладка // В кн. : Сьома міжн. наук. конф. ім. ак. М. Кравчука (14–16 травня 1998 р., Київ) : Матеріали конф. – Київ, 1998. – С. 169.
15. Ємець О. О. Про розв'язок параметричних задач на множині сполучень з повтореннями / О. О. Ємець, А. А. Роскладка // В кн. : Тези доп. 50 наук. конф. ... ун-ту. Ч. 1 ; Міносвіти України. Полт. держ. техн. ун-т ім. Юрія Кондратюка. – Полтава, 1998. – С. 55.

16. Ємець О. О. До оптимізації оцінок екстремальних значень сильно опуклих функцій на сполученнях / О. О. Ємець, А. А. Роскладка // Вісник держ. ун-ту «Львівська політехніка». – 1998. – № 337, «Прикладна математика». – Т. 2. – С. 320–322.
17. Ємець О. Аналітичне зображення вершин многогранника сполучень [Електронний ресурс] / О. Ємець, А. Роскладка // Збірник наук. праць : Вісник Полтав. держ. пед. ін-ту ім. В. Г. Короленка. – Сер. «Фіз.-матем. науки». – 1998. – Вип. 3. – С. 30–32. – Режим доступу: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/1728>. – Назва з екрана.
18. Ємець О. О. Побудова опуклої оболонки загальної множини сполучень / О. О. Ємець, А. А. Роскладка // Радиоелектроника и информатика. – 1998. – № 4. – С. 95–96.
19. Емец О. А. Задачи параметрической оптимизации на сочетаниях и оценка сложности алгоритмов их решения / О. А. Емец, А. А. Роскладка ; Полтав. гос. техн. ун-т им. Юрия Кондратюка. – Полтава, 1999. – 8 с. – Деп. в ГНТБ Украины 01.06.99, № 146-Ук99.
20. Емец О. А. Алгоритмическое решение двух параметрических задач оптимизации на множестве сочетаний с повторениями / О. А. Емец, А. А. Роскладка // Кибернетика и системный анализ. – 1999. – № 6. – С. 160–165.
21. Yemets O. A. Algorithmic solution of two parametric optimization problems on a set of complete combinations / Yemets O. A., Roskladka A. A. // Cybernetics and Systems Analysis – 1999. – V. 35, № 6. – P. 981–986.
22. Ємець О. О. Про оцінки мінімумів цільових функцій при оптимізації на сполученнях / О. О. Ємець, А. А. Роскладка // Український математичний журнал. – 1999. – Т. 51. – № 8. – С. 1118–1121.
23. Emets O. A. On estimates of minima criterion functions in optimization on combinations / Emets O. A. Roskladka A. A. // Ukrainian Mathematical Journal. – 1999. – Vol. 51. – № 8. – P. 1262–1265.
24. Емец О. А. Модель выбора подмножества задач для ЭВМ с минимизацией количества периферийных устройств как за-

- дача комбинаторной оптимизации / О. А. Емец, А. А. Роскладка // Проблемы бионики. – 1999. – № 51. – С.158–161.
25. Ємець О. О. Параметрична комбінаторна оптимізація на сполученнях / О. О. Ємець, А. А. Роскладка // Вісник державного університету «Львівська політехніка». – 1999. – № 364, «Прикладна математика». – С. 32–34.
26. Ємець О. О. Оцінювання в методі гілок та меж при оптимізації на евклідовій множині сполучень [Електронний ресурс] / О. О. Ємець, Т. О. Парфьонова // Інформатика та системні науки (ІСН-2013) : Матеріали IV Всеукр. наук.-прак. конф. (м. Полтава, 21–33 березня 2013 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2013. – С. 106–111. – Режим доступу: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/1617>. – Назва з екрана.
27. Емец О. А. Евклидовы разбиения и сочетания: их деревья и некоторые свойства / О. А. Емец, А. О. Емец, С.В. Ванжа // Вісник Черкаського університету. Серія Прикладна математика. Інформатика. – № 18 (351). – 2015. – С. 73–84.
28. Емец О. А. Некоторые свойства и деревья для евклидовых сочетаний / О. А. Емец, А. О. Емец // Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління : матеріали V Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 18–20 листопада 2015 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2016. – С. 140–144.
29. Ємець О. О. Симплексна форма многогранника сполучень з необмеженими повтореннями / О. О. Ємець, Ол-ра О. Ємець, С. В. Ванжа // Вісник Запорізького національного університету : Збірник наукових статей. Фізико-математичні науки. – 2017. – № 1. – С. 158–168.
30. Ємець О. О. Многогранник сполучень з необмеженими повтореннями: симплексна форма [Електронний ресурс] / О. О. Ємець, Є. М. Ємець, Ол-ра О. Ємець, С. В. Ванжа // Інформатика та системні науки (ІСН-2017) : матеріали VIII Всеукр. наук.-практ. конф. за міжнар участю (м. Полтава, 16–18 березня 2017 р.) / за ред. Ємця О. О. – Полтава : ПУЕТ, 2017. – С. 92–103. – Режим доступу: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/5496>. – Назва з екрана.

О. О. Ємець, д. ф.-м. н., професор;
Ол-ра О. Ємець, к. ф.-м. н., доцент;
І. М. Поляков, аспірант
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ОПТИМІЗАЦІЯ НА РОЗМІЩЕННЯХ: ОГЛЯД ПОЛТАВСЬКИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

В доповіді викладається огляд робіт полтавських дослідників присвячених різним аспектам оптимізації на евклідових множинах розміщень, що здійснювалися з 1990 року по цей час.

Ці дослідження викладені в препринті [1], навчальному посібнику [2], монографіях [3–10], в фахових журнальних публікаціях [11–66], депонованих рукописах [66–69] та в більше ніж п'ятдесяти доповідях на конференціях (дивись, зокрема, в [70]).

Дослідження проводилися в таких п'яти аспектах:

1) дослідження множини розміщень, поліроміщень та їх опуклих оболонок [1–5, 8, 11, 15, 16, 27–29, 37, 38, 51, 59, 67];

2) вивчення екстремальних властивостей функцій на цих множинах [1–6, 8, 11–13, 37, 38, 52–54, 57, 58, 62, 63, 66, 67];

3) розвиток методів та алгоритмів оптимізації на розміщеннях [1–6, 8, 9, 11–14, 17–20, 22, 23, 25, 26, 30–50, 52, 55–58, 60–69];

4) оптимізаційні моделі на розміщеннях [3–7, 8, 9, 10, 14, 21, 24, 33, 34, 43–46, 53, 54, 57, 58];

5) задачі на розміщеннях за умов невизначеності (стохастичні) [53–58, 66].

Список використаних інформаційних джерел

1. Стоян Ю. Г. Комбинаторные множества размещений и их свойства / Ю. Г. Стоян, И. В. Гребенник, О. А. Емец. – Харьков, 1990. – 38 с. – (Препринт АН УССР/ Ин-т проблем машиностр.; 342).
2. Емец О. А. Евклидовы комбинаторные множества и оптимизация на них. Новое в математическом программировании [Электронный ресурс] : учеб. пособие / О. А. Емец. – Киев : УМК ВО, 1992. – 92 с. – Режим доступа: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/489>. – Название с экрана.

3. Стоян Ю. Г. Теорія і методи евклідової комбінаторної оптимізації [Електронний ресурс] / Ю. Г. Стоян, О. О. Ємець. – Київ : Ін-т системн. досліджень освіти, 1993. – 188 с. – Режим доступу: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/487>. – Назва з екрана.
4. Стоян Ю. Г. Оптимізація на полірозміщеннях: теорія та методи [Електронний ресурс] / Ю. Г. Стоян, О. О. Ємець, Є. М. Ємець. – Полтава : РВЦ ПУСКУ, 2005. – 103 с. – Режим доступу: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/376>. – Назва з екрана.
5. Ємець О.О., Роскладка О.В. Задачі оптимізації на полікомбінаторних множинах: властивості та розв'язування: Монографія. – Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2006. – 129 с. – Режим доступу: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/377>.
6. Емец О.А., Барболина Т.Н. Комбинаторная оптимизация на размещениях. – К.: Наук. думка, 2008. – 159 с. – Режим доступу: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/473>.
7. Ємець О.О. Моделі евклідової комбінаторної оптимізації: монографія / О. О. Ємець, О.О. Черненко– Полтава: ПУЕТ, 2011. – 204 с. – Режим доступу: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/354>.
8. Емец О.А. Оптимизация дробно-линейных функций на размещениях: монография / О.А Емец, О.А. Черненко. – К.: Наук. думка, 2011. – 154 с. – Режим доступу: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/467>.
9. Ємець О.О. Розв'язування задач комбінаторної оптимізації на нечітких множинах: монографія / О. О. Ємець, Ол-ра О. Ємець. – Полтава: ПУЕТ, 2011. – 239 с. – Режим доступу: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/352>.
10. Ємець О. О. Транспортні задачі комбінаторного типу: властивості, розв'язування, узагальнення : монографія / О. О. Ємець, Т.О. Парфьонова. – Полтава : ПУЕТ, 2011. – 174 с. – Режим доступу: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/353>. – Назва з екрана.
11. Стоян Ю. Г. Множини полірозміщень в комбінаторній оптимізації / Ю. Г. Стоян, О. О. Ємець, Є. М. Ємець // Доповіді НАНУ. – 1999. – № 8. – С. 37–41.

12. Ємець О. О. Безумовна оптимізація на полірозміщеннях: достатні умови та оцінки мінімумів сильно опуклих цільових функцій / О. О. Ємець, Є. М. Ємець // Вісник Запорізького державного університету. – Запоріжжя : ЗДУ. – 2000. – № 1. – С. 44–48.
13. Ємець О. О. Оцінки та достатні умови мінімуму сильно опуклої функції при її мінімізації на розміщеннях / О. О. Ємець, Є. М. Ємець // Волинський математичний вісник. – Рівне : РДГУ. – 2000. – № 7. – С. 67–69.
14. Ємець О. О. Методи відсікання в нелінійній оптимізації на розміщеннях та їх застосування до розв'язування однієї інвестиційної задачі / О. О. Ємець, Т. М. Барболіна // Збірник наук. праць: Вісник Полтав. держ. пед. ін-ту ім. В. Г. Короленка. – Сер. «Фіз.-матем. науки». – 2002 – Вип. 1 (22). – С. 110–116.
15. Ємець О. О. Незвідна система обмежень для загального многогранника розміщень / О. О. Ємець, О. В. Роскладка, С. І. Недобачій // Український матем. журн. – 2003. – Т. 55, № 1. – С. 3–11.
16. Emets' O. O. Irreducible System of Constraints for a General Polyhedron of Arrangements / O. O. Emets', O. V. Roskladka S. I. Nedobachii // Ukrainian Mathematical Journal. – 2003. – Vol. 55, № 1. – P. 1–12.
17. Ємець О. О. Розв'язування задач нелінійної умовної оптимізації на розміщеннях методом відсікання / О. О. Ємець, Т. М. Барболіна // Український матем. журн. – 2003. – Т. 55, № 5. – С. 604–612.
18. Emets' O. On the Solution of Problems of Nonlinear Conditional Optimization on Arrangements by the Cut-Off Method / O Emets', T. Barbolina // Ukrainian Mathematical Journal. – 2003. – Vol. 55, № 5. – P. 729–738.
19. Емец О. А. Решение линейных задач оптимизации на размещениях методом отсечения / О. А. Емец, Т. Н. Барболина // Кибернетика и систем. анализ. – 2003. – № 6. – С. 131–141.
20. Emets O. A. Solving Linear Optimization Problems on Arrangements by the Truncation Method / O. A. Emets, T. N. Barbolina // Cybernetics and Systems Analysis. – 2003. – V. 39, № 6. – P. 889–896.

21. Ємець О. О. Оптимізація інвестиційних портфелів як евклідова комбінаторна оптимізація на розміщеннях / О. О. Ємець, Т. М. Барболина // Економіка і регіон. – 2003. – № 1. – С. 65–67.
22. Емец О. А. Решение задач евклидовой комбинаторной оптимизации методом построения лексикографической эквивалентности / О. А. Емец, Т. Н. Барболина // Кибернетика и систем. анализ. – 2004. – № 5. – С. 115–125.
23. Yemets O. A. Solution of Euclidean combinatorial optimization problems by the method of construction of a lexicographic equivalence / O. A. Yemets, T. N. Barbolina // Cybernetics and Systems Analysis. – 2004. – V. 40, № 5. – P. 726–734.
24. Ємець О. О. Математичне моделювання деяких економічних проблем задачами оптимізації на розміщеннях з дробово-лінійною функцією цілі / О. О. Ємець, О. О. Черненко // Волинський математичний вісник: Серія прикладна математика. – 2004, вип. 2(11). – С. 107–112.
25. Барболина Т. Н. Полностью целочисленный метод отсечения для решения линейных условных задач оптимизации на размещении / Т. Н. Барболина, О. А. Емец // Журн. вычислит. математ. и матем. физики. – 2005. – Т. 45, № 2. – С. 254–261.
26. Barbolina T. N. An all-integer cutting method for linear constrained optimization problems on arrangements / T. N. Barbolina, O. A. Emets // Computational Mathematics and Mathematical Physics. – 2005. – V. 45. – № 5. – P. 243–250.
27. Емец О. А. Неприводимая система ограничений комбинаторного многогранника в дробно-линейной задаче на размещении / О. А. Емец, О. А. Черненко // Кибернетика и систем. анализ. – 2005. – № 2. – С. 107–116.
28. Yemets O. Nonreducible System of Constraints of a Combinatorial Polyhedron in a Linear-Fractional Optimization Problem on Arrangements / O. Yemets, O. A. Chernenko // Cybernetics and Systems Analysis. – 2005. – V. 41, № 2. – P. 246–254.
29. Емец О. А. Некоторые свойства области допустимых решений задачи с дробно-линейной функцией цели на размещении / О. А. Емец, О. А. Черненко // Динамические системы (межвед. науч. сб.). – 2005. Вып. 19. – Симферополь : Тавр. нац. ун-т. – С. 122–129.

30. Ємець О. О. Розв'язування безумовної задачі з дробово-лінійною функцією цілі на загальній множині розміщень / О. О. Ємець, О. О. Черненко // *Радиоэлектроника и информатика*. – 2005. – № 4. – С. 144–149.
31. Емец О. А. Решение задач оптимизации с дробно-линейными целевыми функциями и дополнительными ограничениями на размещениях / О. А. Емец, Т. Н. Барболина, О. А. Черненко // *Кибернетика и систем. анализ*. – 2006. – № 5. – С. 79–85.
32. Yemets O. A. Solving optimization problems with linear-fractional objective functions and additional constraints on arrangements / O. A. Yemets, T. N. Barbolina, O. A. Chernenko // *Cybernetics and Systems Analysis*. – 2006. – V. 42, № 5. – P. 680–685.
33. Емец О. А. Решение некоторых задач комбинаторной оптимизации на размещениях и перестановках игрового типа / О. А. Емец, Н. Ю. Устьян // *Проблемы управления и информатики*. – 2006. – № 3. – С. 37–47.
34. Emets O. A. Solving of Some Problems of Combinatorial Optimization on Arrangements and Permutations of Game Type / O. A. Emets, N. Yu. Ustian // *Journal of Automation and Information Sciences*. – 2006. – Vol. 38. – № 5. – P. 34–45.
35. Ємець О. О. Розв'язування умовних задач з дробово-лінійною функцією цілі на множині розміщень / О. О. Ємець, Т. М. Барболина, О. О. Черненко // *Доповіді НАН України*. – 2006. – № 11. – С. 15–18.
36. Ємець О. О. Оптимізація дробово-лінійної функції на розміщеннях: властивості допустимої області / О. О. Ємець, О. О. Черненко // *Наукові вісті НТУУ «КПІ»*. 2006. – № 5. – С. 22–29.
37. Емец О. А. Исследование задач комбинаторной оптимизации игрового типа на размещениях / О. А. Емец, Н. Ю. Устьян // *Проблемы управления и информатики*. – 2007. – № 1. – С. 26–36.
38. Emets O. A. Studies of Problems of Combinatorial Optimization of Game Type on Arrangements / O. A. Emets, N. Yu. Ustian // *Journal of Automation and Information Sciences*. – 2007. – Vol. 39. – № 1. – P. 24–35.

39. Емец О. А. Классы лексикографической эквивалентности в евклидовой комбинаторной оптимизации на размещениях / О. А. Емец, Т. Н. Барболина // Дискретная математика. – 2007. – Т. 19. – Вып. 1. – С. 95–104.
40. Emets O. A. Classes of lexicographic equivalence in Euclidean combinatorial optimisation on arrangements / O. A. Emets, T. N. Barbolina // Discrete Mathematics and Applications. – 2007. – V 17, № 1. – P. 77–86.
41. Емец О. А. Анализ алгоритма решения условных задач оптимизации с дробно-линейной целевой функцией на размещениях / О. А. Емец, О. А. Черненко // Кибернетика и систем. анализ. – 2007. – № 4. – С. 133–146.
42. Yemets O. A. Analysis of an algorithm for solution of conditional optimization problems with linear-fractional objective functions over permutations / O. A. Yemets, O. A. Chernenko // Cybernetics and Systems Analysis. – 2007. – V. 43, № 4. – P. 576–585.
43. Емец О. А. Итерационный метод решения комбинаторных задач игрового типа на размещениях / О. А. Емец, Е. В. Ольховская // Проблемы управления и информатики. – 2011. – № 3. – С. 69–78.
44. Iemets O. A. Iterative Method for Solving Combinatorial Optimization Problems of the Game-type on Arrangements / Oleg A. Iemets, Elena V. Olkhovskaja // Journal of Automation and Information Sciences. – 2011. – Vol. 43. – № 5. – P. 52–63.
45. Емец О. А. Решение линейной задачи евклидовой комбинаторной оптимизации на размещениях с условием постоянства суммы элементов размещения / О. А. Емец, А. О. Емец // Кибернетика и системный анализ. – 2012. – № 4. – С. 83–94.
46. Iemets O. O. Solving a linear problem of Euclidean combinatorial optimization on arrangements with the constant sum of the elements / O. O. Iemets, O. O. Yemets // Cybernetics and Systems Analysis. – 2012. – V. 48, № 4. – P. 547–557.
47. Сергиенко И. В. Решение условной задачи оптимизации дробно-линейной целевой функции на множестве размещений методом ветвей и границ / И. В. Сергиенко, О. А. Емец, О. А. Черненко // Кибернетика и системный анализ. – 2012. – № 6. – С. 30–35.

48. Sergienko I. V. Solving the conditional optimization problem for a fractional linear objective function on a set of arrangements by the branch and bound method / I. V. Sergienko O. A. Iemets, O. A. Chernenko // *Cybernetics and Systems Analysis*. – 2012. – V. 48, № 6. – P. 832–836
49. Емец О. А. Доказательство сходимости итерационного метода решения задачи комбинаторной оптимизации игрового типа на размещениях / О. А. Емец, Е. В. Ольховская // *Кибернетика и сист. анализ*. – 2013. – № 1. – С. 102–114.
50. Iemets O. A. Proving the Convergence of the Iterative Method for Solving a Game-Type Combinatorial Optimization Problem on Arrangements / O. A. Iemets, E. V. Olkhovskaja // *Cybernetics and Systems Analysis*. – 2013. – Vol. 49, № 1. – P. 86–97.
51. Ємець О. О. Про кількість елементів в загальних множинах розміщень та полірозміщень / О. О. Ємець, Т. В. Чілікіна // *Вісник Черкаського університету. Серія Прикладна математика. Інформатика*. – № 18 (351). – 2015. – С. 3–10.
52. Емец О. А. Простое доказательство теоремы о решении безусловной задачи минимизации линейной функции на размещениях / О. А. Емец, Т. В. Чиликина // *Вісник Запорізького національного університету. Фіз.-матем. науки*. – № 3. – 2015. – С. 66–70.
53. Емец О. А. О свойствах линейной безусловной задачи комбинаторной оптимизации на размещениях с вероятностной неопределенностью / О. А. Емец, Т. Н. Барболина // *Кибернетика и системный анализ*. – 2016. – № 2. – С. 125–136.
54. Iemets O. O. Properties of the Linear Unconditional Problem of Combinatorial Optimization on Arrangements Under Probabilistic Uncertainty / O. O. Iemets, T. M. Barbolina // *Cybernetics and Systems Analysis*. – V. 52, I. 2. – 2016. – P. 285–295.
55. Емец О. А. Решение линейных безусловных задач комбинаторной оптимизации на размещениях со стохастической неопределенностью / О. А. Емец, Т. Н. Барболина // *Кибернетика и системный анализ*. – 2016. – № 3. – С. 141–153.
56. Iemets O. O. Solving Linear Unconstrained Problems of Combinatorial Optimization on Arrangements Under Stochastic Uncertainty / O. O. Iemets, T. M. Barbolina // *Cybernetics and Systems Analysis*. – V. 52, I. 3. – 2016. – P. 457–466.

57. Ємець О. О. Властивості лінійних безумовних задач оптимізації на розміщеннях з імовірнісною невизначеністю // О. О. Ємець, Т. М. Барболіна // Доповіді НАНУ. – № 2. – 2016. – С. 31–37.
58. Ємець О. О. Лінійні оптимізаційні задачі на розміщеннях з імовірнісною невизначеністю: властивості і розв'язання / О. О. Ємець, Т. М. Барболіна // Системні дослідження та інформаційні технології. – 2016. – № 1. – С. 107–119.
59. Емец О. А. Общий многогранник размещений: подсчет вершин / О. А. Емец, А. О. Емец // Вісник Черкаського університету. Серія Прикладна математика. Інформатика. – 2016. – № 1–2. – С. 51–58.
60. Емец О. А. Лексикографическая эквивалентность в частично комбинаторной оптимизации дробно-линейных функций на размещениях / О. А. Емец, Т. Н. Барболіна // Кибернетика и системный анализ. – 2017. – № 2. – С. 94–106.
61. Iemets O. O. Lexicographic Equivalence in Mixed Combinatorial Optimization of Linear-Fractional Functions on Arrangements / O. O. Iemets, T. M. Barbolina // Cybernetics and Systems Analysis. – 2017. – V. 53, I. 2. – P. 244–254.
62. Емец О. А. Свойства комбинаторных оптимизационных безусловных задач на размещениях с линейной и дробно-линейной целевыми функциями / О. А. Емец, Т. Н. Барболіна // Проблемы управления и информатики. – 2017. – № 1. – С. 66–76.
63. Iemets O. O. Properties of Combinatorial Optimization Unconstrained Problems on Arrangements with Linear and Linear-Fractional Objective Functions / O. O. Iemets, T. M. Barbolina // Journal of Automation and Information Sciences. – V. 49, I. 1. – 2017. – P. 41–52.
64. Емец О. А. Полиномиальный метод решения безусловной дробно-линейной задачи комбинаторной оптимизации на размещениях // О. А. Емец, Т. Н. Барболіна // Проблемы управления и информатики. – 2017. – № 2. – С. 27–36.
65. Iemets O. A. Polynomial method for solving unconditional linear fractional problem of combinatorial optimization of arrangements / O. A. Iemets, T. M. Barbolina // Journal of Automation and Information Sciences. – V. 49, I. 3. – 2017. – P. 45–56.

66. Ємець О. О. Стохастична оптимізація на розміщеннях: властивості лінійних безумовних задач / О. О. Ємець, Т. М. Барболіна // Вісник Запорізького національного університету: Збірник наукових статей. Фізико-математичні науки. – 2017. – № 1. – С. 147–158.
67. Ємець О. О. Властивості множини полірозміщень, її опуклої оболонки та задачі оптимізації на цій множині / О. О. Ємець, Є. М. Ємець ; Полт. техн. ун-т. – Полтава, 1997. – 23 с. – Деп. в ДНТБ України 21.08.97, № 480-Ук97.
68. Барболіна Т. М. Про один з алгоритмів розв'язування оптимізаційних задач на розміщеннях з додатковими умовами / Т. М. Барболіна, О. О. Ємець ; Полтав. держ. техн. ун-т ім. Юрія Кондратюка. – Полтава, 2000. – 7 с. – Деп. в ДНТБ України 29.01.2001, № 14-Ук2001.
69. Емец О. А. Классы лексикографической эквивалентности в евклидовой комбинаторной оптимизации на размещениях / О. А. Емец, Т. Н. Барболина ; Полтав. нац. техн. ун-т им. Юрия Кондратюка. – Полтава, 2002. – 8 с. – Деп. в ГНТБ Украины 10.06.02, № 90-Ук2002.
70. <https://scholar.google.com.ua/citations?user=c8UJx1oAAAAJ&hl=uk&oi=ao>

О. А. Кошель, магістр; В. Б. Балко, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ЕКОНОМІЧНОГО ОБ'ЄКТА

Сучасний світ динамічно розвивається завдяки освоєнню і впровадженню новітніх технологій. Моделювання різноманітних явищ і процесів, у тому числі і процесів управління розвитком підприємства, набуває важливого значення, оскільки саме воно дозволяє розглядати найскладніші об'єкти в різних середовищах, що приводить до скорочення часу і зниження вартості дослідження.

Варто звернути увагу на те, що саме володіння інноваціями, які є стимуляторами розвитку підприємства, забезпечує стабіль-

ність та зниження економічного ризику підприємства. Досвід розвитку управління інноваційною діяльністю малих підприємств у зарубіжних країнах дуже вдало проаналізував Пиріг Д. З.

Сьогодні інновації стають ключовим чинником розвитку для більшості підприємств. Підтвердження цьому знаходимо у працях Ю. Бендерського, О. Волкова, С. Ілляшенка, Р. Фатхутдинова.

Метою даного дослідження є визначення сутності процесу управління розвитком підприємства, виділення його видових проявів, визначення особливостей стратегічного управління розвитком підприємства.

Дунська А. Р. розглядає розвиток підприємства в трьох основних аспектах: 1) технічний (науково-технічний) розвиток – спрямований на вдосконалення якості продукції, технології, послуг за рахунок впровадження техніко-технологічних нововведень; 2) ринковий розвиток – полягає в розширенні сфери споживачів, збільшенні частки ринку тощо; 3) організаційний розвиток – зорієнтований на розвиток окремого працівника, групи, вдосконалення системи та процесів управління тощо [1].

Інноваційний розвиток підприємства варто визначати як процес спрямованої закономірної зміни стану підприємства, що залежить від інноваційного потенціалу цього підприємства та джерелом якого є інновації, що створюють якісно нові можливості для подальшої діяльності підприємства на ринку шляхом реалізації уміння знаходити нові рішення, ідеї та у результаті винаходів.

В економічній літературі виділяються три основні види інноваційного підприємництва:

1. Інновація продукції – являє собою процес оновлення збутового потенціалу підприємства, що забезпечує стійкий розвиток фірми, збільшення обсягу одержуваного прибутку, розширення частки на ринку, збереження клієнтури, зміцнення незалежного положення, підвищення престижу, створення нових робочих місць і т. д.;

2. Інновація технології – це процес оновлення виробничого потенціалу, спрямований на підвищення продуктивності праці та економію енергії, сировини та інших ресурсів, що в свою чергу дає можливість збільшити обсяг прибутку фірми, удоско-

налити техніку безпеки, провести заходи щодо захисту навколишнього середовища, ефективно використовувати внутрішньо-фірмові інформаційні системи;

3. Соціальні інновації – являє собою загальний процес планомірного поліпшення гуманітарної сфери підприємства. Застосування інновацій такого роду розширює можливості на ринку робочої сили, мобілізує персонал підприємства на досягнення поставлених цілей, зміцнює довіру до соціальних зобов'язань підприємства перед співробітниками і суспільством в цілому.

Модель стратегії інноваційного розвитку підприємства визначає послідовність можливих станів підприємства – напрями його інноваційного розвитку, які не можуть розглядатися як строго детерміновані, та такі, що чітко визначають його діяльність. Вони призначені лише для характеристики «сценаріїв шляхів» розвитку підприємства, загальні перспективи діяльності, пов'язані з досягненням інноваційних цілей.

Складність розробки і реалізації такої моделі полягає в тому, що вона характеризує прогнозовані стани підприємства в перспективі і заплановані заходи, які необхідно здійснити для досягнення певної мети його діяльності. Тому в основі аналізу інноваційного розвитку підприємства лежить методологія економіко-математичного моделювання, яка дозволяє досліджувати економічні процеси шляхом створення їх образів (моделей).

Економіко-математична модель – це математичне відображення досліджуваного економічного об'єкта (процесу), за допомогою якого вивчається його функціонування та оцінюється зміна його ефективності при можливих змінах вхідних характеристик. У багаторазовій реалізації економіко-математичних моделей у цьому процесі і полягає економіко-математичне моделювання. Процес управління з використанням моделі можна розглядати в цьому випадку як метод пошуку найкращих рішень для аналізу поведінки реальної виробничої системи без посереднього експериментування із самою системою.

Застосування комп'ютерної техніки для обробки даних моделі значно полегшує та прискорює процес оптимізації, дозволяє моделювати різні сценарії розвитку подій.

На сучасному розвитку економіки основну увагу слід приділяти удосконаленню стратегічного управління як системі заходів ефективного розвитку економічних об'єктів. Таким чином, виникає необхідність впровадження моделювання стратегічного управління розвитком в практику діяльності підприємств, що опинилися в умовах кризи. Подальші дослідження за цією темою пов'язані з розробкою та реалізацією економіко-математичних моделей на прикладі реальних підприємств.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дунська А. Р. Інноваційна стратегія як сучасний інструмент управління розвитком підприємства [Електронний ресурс] / А. Р. Дунська. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/20101008/5_dunska.htm. – Назва з екрана.
2. Захарченко В. І. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки : навч. посіб. / В. І. Захарченко, Н. М. Корсікова, М. М. Меркулов. – Київ : Центр навч. л-ри, 2012. – 448 с.
3. Ковтун О. І. Інноваційні стратегії підприємств: теоретико-методологічні засади / О. І. Ковтун // Економіка України. – 2013. – № 4. – С. 44–56
4. Пиріг Д. З. Досвід розвитку управління інноваційною діяльністю малих підприємств у зарубіжних країнах / Д. З. Пиріг // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 3. – С. 163.

О. В. Криштопа, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ІМІТАЦІЙНЕ МОДЕЛЮВАННЯ РОБОТИ В CALL-CENTRE БАНКУ

Актуальність дослідження полягає в тому, що на сьогоднішній день кількість людей, що користуються послугами банків збільшується з кожним днем і навчанням користуватися самостійно продуктами банку. Тому, метою роботи є аналіз роботи call-центру, їх задачі та різні типи call-центра.

Імітаційне моделювання – це метод, що дозволяє будувати моделі процесів, що описують, як ці процеси проходили б насправді. Під імітаційною системою розуміють програмний або апаратно-програмний комплекс, призначений для рішення завдань із використанням методу імітаційного моделювання. При виділенні різновидів імітаційних систем виходять із того, що вони є інструментальними засобами, що забезпечують автоматизовану підтримку певних видів діяльності користувача. Імітаційна система реалізує алгоритм рішення завдання і надає користувачеві сервісні можливості по керуванню обчислювальним процесом [1].

Стандартна організаційна схема call-центру зазвичай являє собою офіс, в якому працюють оператори з обробки вхідних, вихідних дзвінків. Для кожного оператора в офісі передбачено наявність комп'ютера, підключеного до мережі Інтернет та локальної мережі з необхідним програмним забезпеченням і телефону з навушниками і суттєво розширеним спектром можливостей. У переважній більшості випадків такі центри використовуються для спілкування з уже існуючими чи потенційними клієнтами, але мають місце і приклади внутрішньокорпоративних call-центрів. Необхідність створення таких зазвичай виникає у дуже великих компаній з величезним штатом співробітників [2].

Call-центри бувають двох типів [1]:

Аутсорсинговий call-центр – це така схема організації центру, коли його послуги здаються в оренду зі всебічним навчанням операторів специфіці консультування клієнтів саме по необхідному яка орендує компанії спектру товарів або послуг.

Корпоративний call-центр – це внутрішнє штатний підрозділ компанії, що виконує функції роботи з клієнтами або партнерами.

Система інтерактивної взаємодії (IVR) – програмний комплекс, спрямований на раціоналізацію робочого часу оператора шляхом надання клієнту call-центру можливості прослухати вже записаний, встановлений відповідь на найбільш поширені, типові питання.

До основних завдань call-центрів відносяться: правильність прийому і обробки інформації, що надходить; оперативність

реагування на зміну в системі викликів; створення, зберігання та зміна баз даних по звернулися клієнтам; постійне навчання персоналу; маршрутизація викликів по їх специфіку; максимальне використання автоматичної системи інтерактивної взаємодії (IVR) для економії часу; взаємодія з іншими відділами компанії; поліпшення обслуговування замовника;

У call-центрів є два пріоритетні напрямки роботи: вхідний та вихідний зв'язок. При обробці вхідних повідомлень основними цілями є, як правило, надання клієнтам інформації або ж отримання відомостей про проблеми, що виникли у клієнта при користуванні послугами, товарами компанії. Вихідні дзвінки мають цілі: продаж чого-небудь; інформування про нововведення, які пропонує компанія цільовій групі; проведення різних опитувань; виконання колекторських функцій.

Найчастіше call-центр має розгалужену або багаторівневу структуру, де оператори першого рівня надають загальний набір інформації. Коли тема звернення виходить за рамки їх спеціалізації, клієнт перенаправляється до того фахівця, який може вирішити його проблему – в інший відділ або на більш високий рівень. Нормою є записування переговорів абонента і оператора для виявлення нових, більш ефективних стратегій консультування, відстеження помилок, допущених операторами в роботі і проведення спільного моніторингу.

Функціональні можливості сучасного контакт-центру не ті, що компанії пропонували 10 років тому клієнтам. Чинний контакт-центр допоможе споживачам задати питання в онлайн-чаті, написати представникам в соціальній мережі, зателефонувати з мобільного додатка і все це, як само собою зрозуміле – так їм зручно. Поведінка і очікування клієнтів змінюються, а це спонукає організації кардинальним чином переглядати способи взаємодії в гонитві клієнтами.

Email, мобільні додатки, чати, Skype і відеодзвінки перетворили call-центри в багатоканальні контакт-центри, що стали важливою точкою взаємодії з клієнтом – вони відіграють значну роль у формуванні позитивних вражень.

Таким чином, сьогодні call-центр є невід’ємною частиною будь-якого бізнесу, що має активний контакт з людьми: банківської справи, провайдерів телекомунікаційних послуг, великих кредитних і страхових агентів. В умовах конкуренції перемагає той, хто має кращу зворотний зв’язок зі споживачем. Коли клієнт може в будь-який час і з будь-якого місця звернутися за консультацією до постачальника послуг або товарів – це безперечна перевага.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гольдштейн Б. С. Call-центры и компьютерная телефония БХВ / Б. С. Гольдштейн, В. А. Фрейнкман – Санкт-Петербург, 2002.
2. Вольский В. В. Оператор call-центра: от найма до увольнения / В. В. Вольский, О. В. Веселова, Н. К. Золкина. – Тверь : Софитель, 2008. – 200 с.

О. К. Кузьменко, к. е. н., доцент;

І. А. Труфанов, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ І МОДЕЛІ РОЗПОДІЛУ ТА ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Одним з головних завдань підприємницької діяльності є отримання якомога більшого обсягу чистого прибутку. Саме це завдання спонукає підприємців (керівників) до постійного пошуку резервів та шляхів підвищення ефективності використання контрольованих ними ресурсів. Тобто, першочерговим завданням є удосконалення системи управління на підприємстві та її орієнтація на ефективне використання ресурсного потенціалу.

Розвиток підприємства, його можливості та очікувані результати неможливо передбачити без відповідних ресурсів, формування яких є підґрунтям для забезпечення конкурентних переваг [5, с. 153]. Ресурси – це основа для формування потенціалу, на базі якої у результаті діяльності відповідно до цілей існування

підприємств формуються необхідні здатності та компетенції, які в свою чергу й визначають їх конкурентні переваги [1].

Ресурси підприємства – це сукупність тих природних, матеріально-технічних, трудових, фінансових, інформаційних, тимчасових сил і можливостей, які використовуються в процесі створення товарів, послуг та інших цінностей. Тільки чітке уявлення про сутність і склад всіх видів ресурсів дає можливість менеджменту підприємства домогтися максимального ефекту управління ними. Ресурсам підприємства притаманні наступні властивості [1010, с. 323; 9, с. 8]: унікальність; гнучкість використання; обмеженість ресурсів; незамінність ресурсів; ефективність ресурсів. З метою результативної та ефективної діяльності підприємства необхідно забезпечити їх доступність, достатність та дешевизну. При цьому, для функціонування та розвитку будь-якого підприємства необхідна відповідна складна система ресурсів, яка формується у процесі ресурсного забезпечення й має усі властивості системи.

Ресурсне забезпечення підприємств являє собою складний та багатогранний процес цілеспрямованого залучення різноманітних ресурсів із зовні, формування у них необхідних якісних характеристик за рахунок відповідного структурування, розподілу, розширеного відтворення. Ресурсне забезпечення підприємств є одним з важливіших факторів як у реалізації мети функціональної сфери діяльності, так і у досягненні цілей розвитку. Існує два напрями щодо управління ресурсним забезпеченням поточної (функціональна сфера), інвестиційної та інноваційної (сфера розвитку) діяльності. Оптимальний розподіл завжди обмежених ресурсів між сферами діяльності є першочерговою умовою формування конкурентних переваг підприємства [3].

Вітчизняні та іноземні науковці пропонують виділяти наступні етапи раціонального управління ресурсами на підприємстві: виявлення та формулювання проблеми чи задачі управління ресурсами підприємств, що має бути вирішена на базі використання минулого досвіду й наявних даних; прийняття управлінського рішення щодо використання ресурсів і його реалізація; аналіз результатів прийнятого рішення з погляду можливих способів модифікації чи зміни, а також з урахуванням результа-

тів у процесі нагромадження досвіду, який може бути застосований у майбутньому. Сама постановка задачі управління ресурсами підприємства цілком закономірно вимагає уточнення та конкретизації, тобто розширення в напрямі пошуку засобів підвищення ефективності управління підприємством як цілісною господарською системою. Успішне вирішення такої задачі потребує адекватного та своєчасного застосування відповідного математичного апарату, зокрема, економіко-математичних методів і моделей.

На сьогодні, існують наступні математичні моделі і методи в управлінні ресурсним потенціалом: сценарний підхід, когнітивне моделювання, статистичні методи та методи оптимізації; рейтингове моделювання; синергетичний підхід, гомеостатичний підхід, рефлексивний метод; кібернетичний підхід; детермінований метод, програмно-цільовий метод; ціннісно-орієнтований метод.

Сценарний підхід до моделювання заснований на створенні сценарію. Сценарій – це опис картини майбутнього, що складається з узгоджених, логічно взаємопов'язаних подій і послідовності кроків з певною ймовірністю, які ведуть до прогнозованого кінцевого стану.

Використання когнітивного підходу до моделювання обумовлене наступними особливостями: орієнтованості на конкретні умови розвитку ситуації; є одним з найбільш потужних інструментів дослідження нестабільного і слабоструктурованого середовища, сприяють кращому розумінню існуючих в середовищі проблем, виявленню протиріч і якісному аналізу процесів; дозволяють відобразити найскладніші проблеми і тенденції розвитку системи в спрощеному вигляді, досліджувати можливі сценарії виникнення кризових ситуацій, знайти шляхи та умови їх вирішення в модельній ситуації; якісно підвищують обґрунтованість прийняття управлінських рішень у складній і швидкозмінній обстановці, дозволяють експерту відрефлексувати ситуацію і розробити найбільш ефективну стратегію управління, ґрунтуючись не стільки на інтуїції, скільки на впорядкованому і верифікованому знанні про складну систему; сприяють кращому розумінню проблемної ситуації, виявленню протиріч і якісному аналізу системи [4].

Поетапна процедура дослідження ефективності використання потенціалу, згідно когнітивного підходу, наступна [2]: 1) оцінка та виділення факторів їх угруповання; 2) побудова когнітивної моделі (побудова когнітивної карти і розробка плану експериментів); 3) оцінка взаємозв'язків і взаємовпливу чинників; 4) моделювання сценарію ефективного використання потенціалу за певних початкових умов.

Метод статистики включає в себе три групи методів: метод масових спостережень, метод угруповань, метод узагальнюючих показників. Статистичне дослідження проходить в три етапи: збір первинних статистичних даних; обробка, зведення та групування даних; аналіз даних [7].

Метод оптимізації полягає у виборі найефективнішого варіанта рішення із можливих альтернатив. Цей метод може бути використаний для оптимізації кількісного показника, розподілу потенціалу. Даний метод являє собою сукупність аналітичних процедур, зокрема: збір інформації (внутрішньої та зовнішньої) – збір достовірної інформації про об'єкт дослідження; аналіз інформації; формування гіпотези (механізми впливу, інструменти, визначення основних факторів впливу); перевірка гіпотези; перевірка гіпотези (у випадку неправильної гіпотези – повернення до попередніх пунктів); реалізація рішення. При оптимізації управлінських рішень науковці пропонують використовувати такі методи, як аналітично-систематизаційний (аналіз ситуації, аналіз проблеми, аналіз рішення); метод ділових ігор (моделювання майбутніх дій, виконання завдання в умовах можливих і конфліктних ситуацій); метод мозкової атаки (прийняття рішення на основі індивідуальних думок колективу); метод номінальної групи (прийняття рішення з проблеми різних типів); метод «рангів» (прийняття рішення шляхом опитування працівників підприємства); лінійне програмування (оптимальний спосіб поєднання ресурсів за наявності конкретних потреб); імітаційне моделювання (практичне застосування моделі замість реальної системи); економічний аналіз (аналіз економічних умов, витрат та можливих вигод); платіжна матриця (з кількох варіантів рішення вибирають найоптимальніше); дерево рішень (схема дій, порівняння альтернатив); прогнозування (моделювання майбутніх управлінських ситуацій).

Характерною особливістю процесу рейтингового управління є те, що рейтингова оцінка виступає одночасно як інструментом, так і ціллю управління. Рейтингове управління [3] є процесом, що передбачає використання рейтингів на усіх стадіях управління потенціалом, а саме для аналізу, контролю, обліку, прогнозування, планування та регулювання ресурсів. Особливостями рейтингового оцінювання є: рейтинг – функція управління «управління на високому рівні»; рейтинг є результатом процесу багатофакторного аналізу. Застосування рейтингового управління, що базується на системі ієрархічно-структурованих показників, формалізує процес прийняття управлінських рішень в процесі функціонування і має ряд переваг: зниження складності і трудомісткості процесу прийняття тактичних і стратегічних рішень, зниження ступеня ризику щодо прийняття некоректних рішень [7].

Метод нормалізації як підсистема рейтингового управління застосовується для переходу до порівняних шкал у визначенні показників стану системи управління потенціалом підприємства і підсистем зовнішнього і внутрішнього середовища. Показники потенціалу та резерву оцінюються рейтинговим методом через складання матриць оцінки резерву ресурсу.

Концептуальний підхід до моделювання рейтингового управління економічною системою передбачає, що рейтингова оцінка має обчислюватись з врахуванням принципів системності та ієрархічності, та враховувати вплив динамічних змін внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування системи. Основними недоліками, які заважають створенню і широкому застосуванню системи рейтингових оцінок, є: непрозорість та неуніверсальність вже розроблених систем рейтингового оцінювання та відсутність чітких методик застосування їх на практиці; навмисне, свідоме спотворення економічного змісту показників, що є вихідним матеріалом для обчислення рейтингу через недосконалість існуючої в Україні системи моніторингу, та небажання керівників суб'єктів господарювання надавати повну і вичерпну інформацію щодо стану економічних суб'єктів; спрощення застосовуваного у процесі створення методик обчислення рейтингової оцінки математичного апарату шляхом ігнорування

показників, що відображають досліджувані процеси у динаміці та слабоформалізованих показників у зв'язку зі складністю їх опрацювання і через це – спотворення кінцевого результату оцінювання, зниження якості рейтингової оцінки [3].

Сутність синергетичного підходу полягає у тому, що із множини шляхів розвитку необхідно обрати один, найкращий. Основні принципи даного методу: професіоналізм; простота управлінських структур. Синергетична модель управління потенціалом будується за принципом: «ціль – потенціал – автономія і самоорганізація», тобто на створенні внутрішніх умов для коректування системи у потрібному напрямку. Синергетичне управління орієнтоване на тенденції розвитку системи, припускає існування зон вільних від контролю. Управлінські відносини при такому підході розглядаються як взаємодія підпорядкування при самоврядуванні і самоорганізації, при цьому відбувається коректування вектору розвитку продуктивних сил, при цьому протиріччя – джерело соціальної синергії. Керованість в синергетичній системі пов'язана з активним досягненням інтеріоризованих цінностей всіма учасниками взаємодії, як керуючими, так і керованими суб'єктами.

У гомеостатичному підході до управління (теоретичні положення кібернетичного підходу) організація й управління спрямовані на попередження, стримування й усунення будь-яких відхилень, що дезорганізують систему. Отримання даних змін шляхом організаційного контролю стримують розвиток системи [8].

На основі кібернетичного підходу виділяють детермінований, програмно-цільовий та ціннісно-орієнтований методи управління потенціалом [3]. Детермінований метод означає постановку мети, на основі якої розробляється програма дій, а потім створюється механізм реалізації вищезазначеної програми з подальшою оцінкою отриманих результатів. Але, недоліком даного методу є неможливість перебудови при змінах зовнішнього середовища, здатних призвести до протиріччя між планом і метою функціонування організації. При постійній зміні зовнішнього середовища найбільш ефективним є програмно-цільовий метод управління, що полягає у більш розвиненому механізмі зворотного зв'язку, що забезпечує не тільки коригування поведінки

системи, але і коригування самої програми в інтересах досягнення мети з урахуванням непередбачених внутрішніх змін. Ціннісно-орієнтований метод забезпечує коригування поведінки системи управління відповідно до розробленої програми на основі поставленої мети. Цей метод управління включає в себе програмно-цільовий і детермінований методи.

Незважаючи на досить широкий спектр математичних моделей і методів управління ресурсами підприємств, головною проблемою залишається відповідність моделі, що використовується, відповідним управлінським завданням.

Список використаних інформаційних джерел

1. Агальцов В.П. Математические методы в программировании / В. П. Агальцов, И. В. Волдайская. – Москва : ИД ФОРУМ, 2013. – 240 с.
2. Берсуцкий А. Я. Влияние интеллектуальных и информационных ресурсов на эффективность потенциала предприятия / А. Я. Берсуцкий // Академічний огляд : наук. практ. журнал. – Дніпропетровськ : ДУЕП, 2009. – Вип. 1. – С. 103–106.
3. Вітлінський В. В. Моделювання економіки : навч. посіб. / В. В. Вітлінський. – Київ : КНЕУ, 2003. – 408 с.
4. Власова Н. О. Ресурси та ресурсне забезпечення [Електронний ресурс] / Н. О. Власова, В. Ю. Андросов // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. – Харків : ХДУХТ, 2012. – Вип. 1 (15). – Ч. 1. – С. 250–257. – Режим доступу: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/14383/1/ESPRSTP_2012_1_Vlasova_Resursy.pdf. – Назва з екрана.
5. Кузьменко О. К. Формування системи забезпечення ресурсами розвитку підприємства / О. К. Кузьменко // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля: науковий журнал. – Серія «Економічні науки». – № 2 (156). – Ч. 1. – Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2011. – С. 153–159.
6. Макарова Г. Когнітивне моделювання у прогнозуванні економічного потенціалу підприємства / Г. Макарова // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2013. – № 4. – С. 81–91.

7. Максимов В. И. Структурно-целевой анализ развития социально-экономических ситуаций / И. В. Максимов // Проблемы управления. – 2005. – № 3. – С. 30–38.
8. Новиков Д. А. Рефлексивные игры / Д. А. Новиков, А. Г. Чхартишвили. – Москва : СИНТЕГ, 2003. – 149 с.
9. Плышевский Б. Потенциал инвестирования / Б. Плышевский // Экономист. – 1996.– № 3.– С. 7–12.
10. Предеін А. М. Роль ресурсів у стратегічному управлінні підприємствами / А. М. Предеін // БІЗНЕС ІНФОРМ. – 2012. – № 9. – С. 318–325.

О. К. Кузьменко, к. е. н., доцент; **В. В. Чуб**, магістр
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

МОДЕЛЮВАННЯ РИЗИКІВ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Інвестиції в будь-яку галузь економіки України уможливають не тільки вдосконалення виробництва та підвищення конкурентоспроможності виготовленої продукції, але й створюють додаткові робочі місця, покращують рівень життя населення. Під час здійснення інвестиційної діяльності, для будь-якого підприємства головним завданням є пошук або формування інвестиційних проектів, реалізація яких принесла б йому максимальний прибуток при мінімальних ризиках. Однак, виконати це завдання без моделювання ризикових ситуацій неможливо. Тому, метою статті є розгляд основних підходів та методів моделювання ризиків інвестиційних проектів.

У науковій літературі існує досить велика кількість робіт (як зарубіжних, так і вітчизняних авторів), в яких розглядаються різні аспекти управління інвестиційними проектами в умовах ризику. Значну увагу інвестиційним ризикам приділяють вітчизняні та російські вчені. А саме, А. Альгіна, В. Шапіро, А. Первозванського, А. Конопляника, С. Лебедева, С. Четиркіна, В. Ковальова, В. Севрук, С. Смоляка, Я. Рекітара, Ю. Трифонова, Ф. Орлова. У створенні сучасного математичного апарату розв'язання даної проблеми величезний внесок зробив Л. В. Канторович, який сформулював новий клас задач і запропонував універ-

сальний метод їх розв'язання. При цьому, в роботах цих авторів та в інших публікаціях моделювання та управління економічними ризиками базуються на принципах, які були закладені в 1952 році Г. Марковицем і пізніше розвинені В. Шарпом, Дж. Літнером та іншими [2, с. 49]. Тобто, в результаті було створено модель ціноутворення на ринку капіталовкладень, яка заснована на моделі фінансового ринку з використанням апарату математичної статистики в умовах підпорядкування системи або процесу нормальному закону розподілу. Недоліком цієї класичної моделі ризику є її низька адекватність та межі використання.

Для вирішення завдань в умовах повної невизначеності найбільш ефективними є кількісні методи, що враховують наявність некерованих факторів. При використанні цих методів виникає проблема вибору адекватних принципів оптимальності, оскільки таких принципів декілька і всі вони приводять до різних результатів. Як один із продуктивних підходів до вирішення цього питання в наукових публікаціях з'явилася ідея так званого багатокритеріального підходу до оцінки міри ризику. Цей підхід полягає в застосуванні сукупності принципів оптимальності для вибору ефективного рішення при оцінці інноваційної діяльності [2, с. 49].

Сучасний розвиток економіки характеризується достатньо високим рівнем динаміки і непередбачуваності. Наслідками цього впливу є невизначеність, високий рівень ризикового фону і складна прогнозованість інвестиційних проектів. При цьому, значний вплив має фактор невизначеності, а саме неповнота та неточність інформації при реалізації інвестиційного проекту [1].

Ризик є невід'ємним елементом процесу існування, функціонування та розвитку підприємства. Саме, ризик виникає, коли рішення приймається з певної кількості варіантів і, при цьому, немає впевненості, що воно буде найефективнішим. Винагородою за вдало взятий на себе ризик є отримання прибутку підприємством. Тобто, ризик змушує підприємців виробляти певну стратегію поведінки в ринковій економіці. Стратегія поведінки полягає в умінні своєчасно відчути ризик, правильно оцінити його, розробити заходи щодо зменшення рівня ризику. Стратегія зумовлює тактику, тобто сукупність методів, які спираються на

належний фундамент інформації, на науково розроблену теорію прийняття управлінських рішень і механізм їх реалізації [6].

Ризик присутній практично у всіх сферах людського життя, тому точно і однозначно сформулювати його неможливо, адже визначення ризику залежить від сфери його використання. Найбільш повно і точно визначає ризик Ковальов В. [6]: ризик – рівень фінансової втрати, що виражається: а) у можливості не досягти поставленої мети, б) у невизначеності прогнозованого результату, в) у суб'єктивності оцінки прогнозованого результату.

У науковій літературі аналіз ризику рекомендується проводити в наступній послідовності [1, с. 59]: виявлення чинників, що впливають на конкретний вид ризику; проведення аналізу та оцінки виявлених чинників; оцінювання ризику з фінансової точки зору; розроблення комплексу напрямів зі зниження ризику.

На практиці слід використовувати кілька видів оцінки ризикових ситуацій та обрати найбільш прийнятний варіант.

При цьому, аналіз ризиків, як правило, починається з якісного аналізу, метою якого є ідентифікація ризиків. Для аналізу та управління системою ризиків інвестиційного проекту пропонується такі етапи [2]:

1. Аналіз ризиків, як правило, починається з якісного аналізу, метою якого є ідентифікація ризиків. Ця задача розподіляється на наступні завдання: виявлення всього спектра ризиків, властивого інвестиційному проекту; опис ризиків; класифікація та групування ризиків; аналіз початкових допущень. Цей етап є підготовчою фазою аналізу.

2. Кількісний аналіз ризиків, метою якого є вимірювання ризику, що обумовлює розв'язування таких підзадач: формалізація невизначеностей; розрахунок ризиків; оцінка ризиків; врахування ризиків.

3. Мінімізація ризику, мета якого полягає у оптимізації ризиків. Завдання, які виконуються на цьому етапі наступні: проектування стратегій ризик-менеджменту; вибір оптимальної стратегії; реалізація стратегії.

4. Контроль ризиків. Цей етап є початком реінжинірингу інвестиційного проекту. Він завершує процес ризик-менеджменту

і забезпечує йому циклічність. Основні завдання, які виконуються на цьому етапі: моніторинг ризиків; переоцінка та корегування ризиків; оперативні рішення за відхиленнями.

Щоб обрати інвестиційний проект з найкращим співвідношенням ризик – вигода, необхідно кількісно визначити ризик. Виділяють дві складові кількісного аналізу ризику інвестиційного проекту: чутливість чистої зведеної вартості до змін значень ключових показників; величину діапазону можливих змін ключових показників, які обумовлюються їхніми ймовірнісними розподілами [2].

Науковці пропонують багато методів оцінювання економічної ефективності й аналізу ризику [5], найбільш розповсюдженими з них є такі [3, 1, 4]: методи експертних оцінювань (Дельфі); методи коригування норми дисконту; метод коефіцієнтів достовірності; аналіз чутливості критеріїв ефективності; метод сценаріїв; аналіз ймовірнісних розподілів потоків платежів; дерево рішень; метод Монте-Карло (імітаційне моделювання).

Процес визначення ефективності інвестиційних проектів є доволі складним і багатоетапним, вимагає застосування різноманітних підходів до оціночних процедур. Точність встановлення рівня ризикованості інвестиційного проекту буде тим більшою, чим більше факторів ризику при цьому вдалося врахувати. Основними факторами ризику є час, упродовж якого здійснюється оцінювання проекту, та окупність проекту, що передбачає визначення обсягу й динаміки руху грошових потоків на тривалому часовому інтервалі. Тому, перераховані економіко-математичні методи не є доскональними, не дають повне уявлення про потенціал проекту, хоча кожен становить певну цінність для характеристики ефективності інвестиційних рішень. При цьому, найбільшу кількість факторів, які впливають на інвестиційні рішення щодо підтримки того чи іншого проекту, враховує метод Монте-Карло.

Отже, якісні методи дозволяють визначити всі можливі ризикові ситуації та висловити незалежну думку щодо різноманіття ризиків інвестиційного проекту, але одержані при цьому результати оцінки часто володіють не дуже високою об'єктивністю і точністю. Але, використання кількісних методів дає можливість

отримати чисельну оцінку ризикованості проекту, визначити ступінь впливу факторів ризику на його ефективність. До числа недоліків цих методів можна віднести необхідність наявності великого обсягу вихідної інформації за тривалий період часу (статистичний метод); складність при визначенні законів розподілу досліджуваних параметрів (факторів) і результируючих показників (статистичний метод, метод Монте-Карло); ізольований розгляд зміни одного фактора без урахування впливу інших факторів (аналіз чутливості, метод перевірки стійкості).

Таким чином, не існує універсального методу, який дозволив би провести повний аналіз і дати чітку оцінку ризику інвестиційного проекту. Кожен з розглянутих методів оцінки інвестиційних ризиків володіє своїми позитивними і негативними сторонами.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бичікова Т. А. Комерційний ризик діяльності підприємства роздрібною торгівлі / Т. А. Бичікова, В. В. Лук'янова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 6. – Т. 4. – С. 57–61.
2. Голіков І. В. Моделювання ризику інвестиційного проєкту в умовах багатокритеріальної оптимізації / І. В. Голіков, В. І. Голіков // Збірник наукових праць НУК. – № 6. – 2011. – С. 48–53.
3. Давиденко Н. М. Аналіз інвестиційних проєктів [Текст]: навч. посіб. / Н. М. Давиденко. – Київ: ЦП «Компринт», 2015. – 378 с.
4. Зянько В. В. Економіко-математичні методи оцінювання ризиків та економічної ефективності інноваційних проєктів [Електронний ресурс] / В. В. Зянько. – Режим доступу: <http://www.pu.if.ua/depart/Finances/resource/file/Збірник/2012-1/44.pdf>. – Назва з екрана.
5. Лукасевич И. Я. Анализ финансовых операций: методы, модели, техника вычислений / И. Я. Лукасевич. – Москва: Финансы, ЮНИТИ, 1998. – 400 с.
6. Ковалев В. В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности / В. В. Ковалев. – Москва: Финансы и статистика, 1996. – 432 с.

В. І. Перебийніс, д. е. н., професор
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»
О. В. Федірець, к. е. н., доцент
Полтавська державна аграрна академія

ВИКОРИСТАННЯ ТЕОРІЇ МАСОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ДЛЯ МОДЕЛЮВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Зменшення витрат на виконання механізованих операцій на збиранні врожаю можна досягти за рахунок оптимізації складу збирально-транспортної ланки, до якої входять збиральні комбайни та автомобілі. При цьому необхідно враховувати ряд технічних параметрів, щоб при цьому сумарні втрати від простою техніки були мінімальними.

Вирішення цього завдання здійснимо за допомогою методів теорії масового обслуговування, які дозволяють встановити залежності між характером потоку заявок (кількість зернозбиральних комбайнів та час наповнення їх бункерів зерном), кількість каналів (кількість автомобілів необхідних для транспортування зерна), їх продуктивністю, правилами роботи системи масового обслуговування і ефективністю обслуговування (мінімальні втрати від простою комбайнів та автомобілів).

Теорія масового обслуговування дозволяє математично описати випадковий характер потоку заявок і тривалості обслуговування, створивши математичну модель [1, с. 4].

Залежно від умов задачі і мети дослідження характеристиками ефективності обслуговування вважають: середній відсоток замовлень, які будуть обслужені (відносна пропускна здатність системи); середній час простою окремих каналів і системи загалом; середній час повного завантаження системи; середній час неповного завантаження системи; середній час перебування замовлення в системі; середня кількість замовлень, які перебувають у черзі та ін [2, с. 141].

Введемо позначення:

S_1 – сума збитків, обумовлена простоями комбайнів;

S_2 – сума збитків, обумовлена простоями комбайнів і витрат від простоїв автомобілів.

Економіко-математична модель має вигляд:

$$Z = S_1 + S_2 \rightarrow \min$$

За допомогою теорії масового обслуговування для ТОВ «Жовтень» в середовищі Excel на основі використання пуасонівських потоків розподілу розраховано оптимальну кількість автомобілів КАМАЗ-55102, яка потрібна для обслуговування чотирьох комбайнів Дон-1500 та двох комбайнів Claas Lexion 440, враховуючи їх технічні характеристики.

На основі отриманих результатів відповідні графіки залежності (рис. 1, 2).

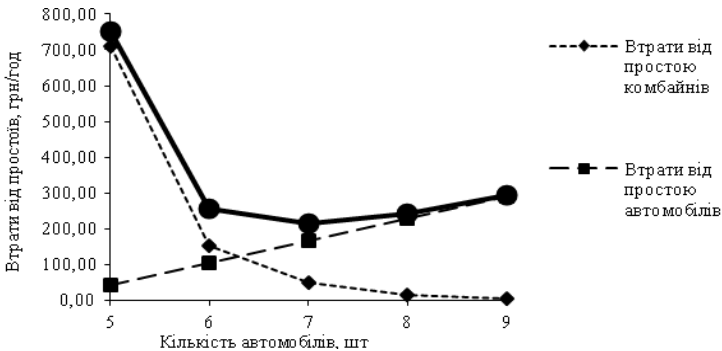


Рисунок 1 – Залежність витрат від простоїв комбайнів Дон-1500 (4 шт.) та кількості автомобілів КАМАЗ-55102 у ТОВ «Жовтень» Карлівського району у складі збирально-транспортної ланки

Дані рисунків 1 та 2 свідчать, що для обслуговування чотирьох комбайнів Дон-1500 необхідно сім автомобілів, двох комбайнів Claas Lexion потрібно п'ять автомобілів КАМАЗ-55102.

Час одного рейсу автомобіля при транспортуванні зерна від комбайнів Дон-1500 становитиме 128 хв. При наявності семи автомобілів загальна сума втрати від простою техніки за годину становитиме 212,57 грн. Оптимальна чисельність автомобілів,

яка забезпечить мінімальні загальні втрати від простою, для комбайнів Claas Lexion це – дві одиниці.

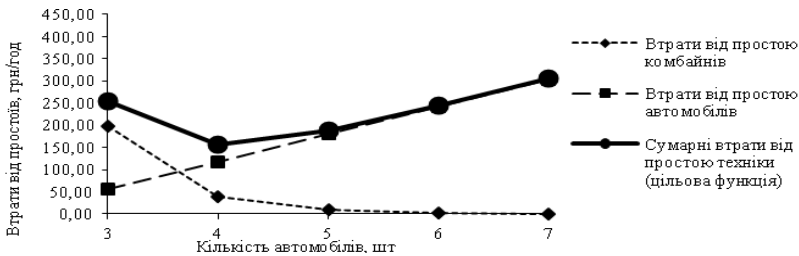


Рисунок 2 – Залежність витрат від простоїв комбайнів Claas Lexion (2 шт.) та кількості автомобілів КАМАЗ-55102 у ТОВ «Жовтень» Карлівського району у складі збирально-транспортної ланки

Втрати від простою при цьому становитимуть 194,78 грн відповідно загальні втрати від простою по всіх марках комбайнів складуть 407,35 грн. У порівнянні з тим варіантом, що використовувався у підприємстві раніше, вони скоротяться на 195,25 грн (32,4 %).

Якщо правильно спланувати склад збирально-транспортної ланки, то це дасть змогу більш ефективно і раціонально використовувати наявну техніку в підприємстві в період збирання врожаю. Ці заходи зменшать затрати на експлуатацію машинно-тракторного парку, в першу чергу енергоресурсів, що в цілому зменшить собівартість продукції рослинництва, а це дасть змогу підвищити ефективність виробництва продукції в цілому по підприємству.

Список використаних інформаційних джерел

1. Жерновий Ю. В. Марковські моделі масового обслуговування : [Тексти лекцій] / Ю. В. Жерновий. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2004. – 154 с.
2. Перебийніс В. І. Енергетичний фактор забезпечення конкурентоспроможності продукції: [монографія] / В. І. Перебийніс, О. В. Федірець. – Полтава : ПУЕТ, 2012. – 190 с.

В. М. Рогоза, аспірант

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ НА ТЕХНОЛОГІЯХ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ ОБ'ЄКТІВ

В сучасних умовах розвитку динамічних процесів економіки є необхідність забезпечення об'єктивною інформацією та високого рівня оперативності у реагуванні суб'єктів економічної діяльності на зміни зовнішніх та внутрішніх факторів впливу. Такі завдання системи управління можуть забезпечувати рішення на основі використання інформаційних технологій, які, забезпечуючи якісно оброблену інформацією та її комунікацію, надають можливість системно приймати управлінські рішення для процесів діяльності, контролю за ними, а головне – можливість управління інформаційними потоками на умовах цілісної системи.

Кризові явища, що існують в не тільки в економіці країни, а і на рівні глобалізаційних процесів, стали каталізатором змін національної економіки, які в першу чергу необхідно врахувати у проблемах управління економічними об'єктами. Проява таких проблемних питань відбувається на рівні необхідності формування та ефективного використання ресурсів через інформацію з ознаками недостовірності. Тому актуальною проблемою для проектування інформаційних систем буде залишатись налагодження системного підходу в управлінні на всіх етапах здійснення такого процесу.

Виконання завдань управління потребує не лише автоматизації бізнес-процесів, використання комп'ютерних інформаційних систем для оперативного, поточного управління, а і для завдань стратегічної перспективи для автоматизації процедур та широкого застосування інформаційних технологій як інтегруючого фактора у дієвому аналізі середовища діяльності та ефективного моніторингу його змін, аналізі і моніторингу потреб споживачів та змін у їхній поведінці. Тому необхідно актуалізувати проблему забезпечення інформацією та її потоками у таких процесах як

основних у стратегічно важливих інтеграційних процесах економічного об'єкта.

Розробляючи інформаційні системи необхідно пам'ятати про досвід і необхідність та важливість здійснення контролю – одного з важелів управління підприємствами і установами [1]. При цьому необхідно розглядати сутність контролю та його місце в системі управління через характер виробничих відносин у суспільстві, а значить що інформаційні системи повинні бути на це орієнтовані також для можливості формування і підтримки інтеграційних процесів розвитку економічного об'єкта. Побудова інформаційної системи як системи управління процесами діяльності економічного об'єкта повинна враховувати контроль як функцію управління через забезпечення зворотного зв'язку між об'єктом управління й системою управління, інформуючи про справжній стан керованого об'єкта, фактичне виконання управлінського рішення [1, 2].

Для вирішення поставлених проблем при створенні інформаційних систем можливо використати методології розробки систем управління за допомогою каскадної моделі (англ. Waterfall – водоспад), яка побудована на класичних лінійному і послідовному підходах до розробки та розвитку систем управління. Підставами для використання такої методології є необхідність виконання управління процесами на всіх етапах послідовно один за одним, перехід до наступного етапу не можливий без завершення попереднього із відповідним контролем за якістю [3], а на кожен етап призначається окрема група виконавців.

Використання каскадної моделі підходить для великих проєктів в яких немає ніяких динамічних векторів розвитку, але забезпечує розробку системи у послідовній, чіткій, добре документованій манері, що в свою чергу дозволяє використання даної методики для систем управління, пов'язаних з високим рівнем забезпечення контролю [3]. При цьому необхідно враховувати ризики при розробці інформаційних систем за допомогою таких моделей, оскільки розробка та інтеграція виконується у жорстких рамках та по чітко встановленим пунктам, що не дозволяє динамічно вносити зміни до поставлених заздалегідь вимог [3]. Такі ризики, в свою чергу, провокують до пошуку кон-

фігурації системи управління, які можливі за рахунок альтернативних шляхів, а в результаті чого виникає висока вірогідність появи збоїв та помилок у роботі такої системи.

Тому врахування змін як реакція на нові потреби економічних об'єктів, що функціонують на ринках з високою частотою змін та інновацій, можлива на основі інтеграції нового функціоналу системи управління, що і підтверджується функціонуванням ринку ІТ (англ. information technology – інформаційні технології) в Україні. Крім того, ця методологія характеризується тривалим періодом (найчастіше не менше ніж пів року) інтеграції нового функціоналу системи управління, тобто, для того щоб надати підприємству у використання нові можливості системи управління необхідно пройти повний цикл розробки: від постанови нових вимог до інтеграції [3].

Але для каскадної моделі характерна відсутність контролю проміжних результатів, тобто система не може бути інтегрована до повного завершення циклу розробки, що за деяких умов може дорого коштувати об'єкту економічної діяльності, тому при використанні цієї методики вкрай важливо, щоб всі вимоги враховувались на етапі побудови вимог та проектування, бо внесення змін після початку реалізації може бути досить дорогим з точки зору об'ємів робіт та ризиків внесення непередбачуваних помилок у структуру системи [3].

Тому, за умов високої динаміки ринку та складного конкурентного оточення має сенс використання більш прогресивної та динамічної моделі інтеграції та розробки систем управління економічного об'єкту – гнучкої моделі (англ. Agile – рухливий, швидкий), яка описує набір принципів для розробки систем управління відповідно до яких вимоги і рішення розвиваються за рахунок спільних зусиль самоорганізованих крос-функціональних груп виконавців.

Крім того, така модель характеризується адаптивним плануванням задач, еволюційним розвитком вимог, що формуються між ітераціями розробки, можливістю отримати робочу систему вже через мінімальний проміжок часу, а також постійне вдосконалення системи управління, що сприяє швидкому і гнучкому реагуванню на зміни ринку [3].

Таким чином, аналізуючи основні вимоги до інформаційних систем та методології їх розробки для забезпечення інтеграції систем управління економічними об'єктами було встановлено основні вимоги та проблеми в інформаційному забезпеченні, створення процесу комунікацій та технологій його забезпечення в системах управління, особливості, переваги та недоліки методик і моделей для створення та функціонування інформаційних систем управління розвитком економічного об'єкта.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бенько М. М. Інформаційні технології як фактор інтеграції внутрішнього і зовнішнього аудиту [Електронний ресурс] / М. М. Бенько, В. В. Сопко. – Режим доступу: file:///D:/%D0%97%D0%B0%D0%B3%D1%80%D1%83%D0%B7%D0%BA%D0%B8/ecfor_2015_1_44.pdf. – Назва з екрана.
2. Ткаченко А. М. Організація контролінгу та внутрішнього аудиту в системі управління промисловим підприємством : дис... д-ра екон. наук : 08.06.01 / НАН України ; Інститут економіки промисловості. – Донецьк, 2005.
3. Рогоза В. М. Методології розробки та інтеграції систем управління економічними об'єктами за складного та динамічного конкурентного оточення [Електронний ресурс] / В. М. Рогоза // Матеріали VI всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (15–16 листопада 2016 року, Полтава): Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління (полтавський університет економіки і торгівлі) – С. 95–98. – Режим доступу: <http://www.ek.puet.edu.ua/files/es2016.pdf>. – Назва з екрана.

С. О. Слатьон, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ПРОЕКТУВАННЯ РОЗПОДІЛЕНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ДЛЯ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

На сьогоднішній день кількість підприємств, що користуються інформаційними системами збільшується постійно. Тому спо-

сіб розробки оптимальної інформаційної системи є не від'ємною частиною сучасних підприємств

Сучасний розвиток інформаційних технологій, інформаційних систем, теорії і практики побудови комп'ютерних мереж на основі стандарту OSI ISO, WWW, розподілених баз даних створюють передумови проектування і впровадження розподілених інформаційних систем.

У наш час практично всі великі інформаційні системи є розподіленими. Розподіленою називається така система, в якій обробка інформації зосереджена не на одній машині, а розподілена між декількома комп'ютерами. При проектуванні розподілених систем, які мають багато загального з проектуванням іншого довільного програмного продукту, але при цьому необхідно враховувати ряд специфічних особливостей [1].

Повертаючись до підходів розробки програмних продуктів необхідно відмітити, що першим етапом є архітектурне проектування, на якому визначаються підсистеми, а також структура управління і взаємодія підсистем. Звідки – метою архітектурного проектування є опис архітектури системи (апаратного забезпечення) та архітектури програмного забезпечення.

Існує багато підходів до процесу архітектурного проектування, які залежать від професійного досвіду, а також від майстерності та інтуїції розробників. Але можемо відмітити декілька етапів, загальних для всіх процесів архітектурного проектування [1].

1. Структурування системи. Програмна система структурується у вигляді сукупності відносно незалежних підсистем. А також визначається взаємодія між системами.

2. Моделювання керування. Розробляється базова модель керування взаємовідношеннями між частинами системи.

3. Модульна декомпозиція. Кожна визначена на першому етапі підсистема розбивається на окремі модулі. Тут визначаються типи модулів їх взаємозв'язок.

Як правило, ці етапи пересікаються і накладаються один на один. Етапи повторюються для все більш детальної проробки архітектури до тих пір, доки архітектурний проект не буде задовольняти системним вимогам.

Чітких відмінностей між підсистемами та модулями не існує, але необхідно відмітити наступне:

1. Підсистема – це система, операції (методи) якої не залежить від сервісів, які надаються іншим підсистемам. Підсистеми складаються із модулів та мають визначені інтерфейси, за допомогою яких взаємодіють з іншими підсистемами.

2. Модуль – це як правило компонент системи, який надає один або декілька сервісів для інших модулів. Модуль може використовувати сервіси, які підтримуються іншими модулями. Модулі як правило складаються з інших, більш простих компонент [3].

Результатом процесу архітектурного проектування є документ, що відображає архітектуру системи. Він складається із набору графічних схем, що відображають модель системи з відповідним коментарем (описом). В коментарі повинно вказуватись: з яких підсистем складається система та з яких модулів складається кожна підсистема. Графічні схеми модулів системи дозволяє подивитись на архітектуру з різних сторін. Як правило, розробляються чотири архітектурних моделі.

1. Статична структурна модель, в якій зображаються підсистеми або компоненти, які в подальшому розробляються незалежно.

2. Динамічна модель процесів, в якій відображається організація процесів під час роботи системи.

3. Інтерфейсна модель, яка визначає сервіси, які надає кожна підсистема через загальний інтерфейс.

4. Моделі відношень, в яких показано взаємовідношення між частинами системи, наприклад потік даних між підсистемами.

Для цього пропонується спеціальні мови. Доречним є запропонувати, для опису архітектури моделі та системи нотації які надає UML [2].

Список використаних інформаційних джерел

1. Пономаренко В. С. Проектування інформаційних систем [Текст] : посібник / В. С. Пономаренко, О. І. Пушкар ; за ред. В. С. Пономаренко. – Київ : видавничий центр «Академія», 2002. – 486 с. – ISBN 966-580-136-8.

2. Таненбаум Э. Распределенные системы. Принципы и парадигмы / Э. Таненбаум, М. ван Стеен. – Санкт-Петербург : Питер, 2003. – 877 с. – ISBN 5-272-00053-6.
3. Цимбал А. А. Технологии создания распределенных систем. Для профессионалов / А. А. Цимбал, М. Л. Аншина. – Санкт-Петербург : Питер, 2003. – 576 с.

В. О. Шаповалов, доцент

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

МОДЕЛЬ «ЕКОНОМІЧНОЇ ЛЮДИНИ» ТА КОНЦЕПЦІЯ РАЦІОНАЛЬНОСТІ

Економічна теорія з часу свого виникнення як самостійної галузі наукового знання використовувала модель «економічної людини». Виникнення такої моделі зумовлено необхідністю вивчення проблем вибору і мотивації у господарській діяльності. Єдиного та усталеного визначення «економічної людини» в сучасній економічній науці не існує. У загальному вигляді така модель містить три групи чинників, які передбачають визначення цілей людини, засобів їх досягнення та інформацію (знання) про способи досягнення цих цілей.

Модель «економічної людини» передбачає такий стан людини, за якого вона не може одночасно задовольнити усі свої потреби і тому змушена здійснювати вибір при наявних альтернативах. Чинники, які обумовлюють цей вибір, поділяються на дві групи: уподобання та обмеження. Уподобання характеризують суб'єктивні потреби і бажання людини, вони є всеохоплюючими і не суперечать одне одному. Обмеження – це об'єктивні можливості людини задовольняти свої потреби. Головними обмеженнями економічної людини є величина її доходу, ціни окремих благ та послуг а також час, впродовж якого необхідно прийняти рішення. У процесі вибору економічна людина керується виключно власними інтересами, її поведінка визначається власною системою переваг, а не інтересами інших або прийнятими в суспільстві нормами, традиціями або правилами. Економічна людина здатна оцінювати усі можливі варіанти вибору.

Саме тому її вибір є раціональним, оскільки з усіх альтернатив обирається та, яка найбільшою мірою відповідає її перевагам.

Дотримуючись погляду традиційної економічної теорії, можна уявити економічну людину як істоту, яка повністю контролює себе і свої вчинки. Вона ігнорує інтереси інших суб'єктів, які в позитивному або негативному плані можуть відобразитися на його рішеннях, а також передбачає відсутність взаємозв'язку між метою та засобами її досягнення. Інституційний підхід до моделі «економічної людини» в більшій мірі визначає характер ситуації, за якої здійснюється вибір, а не розглядає отриманий результат в рамках взаємодії багатьох людей.

У сучасній науковій літературі для позначення економічної людини використовується акронім REMM (resourceful, evaluative, maximizing man), що означає «винахідлива, людина, що оцінює, що максимізує». Така модель передбачає, що економічна поведінка людини повністю раціональна. Максимальна або досконала раціональність передбачає вибір найкращого варіанту з усіх наявних альтернатив. Це означає, що людині притаманні необмежені пізнавальні здібності, у кожен момент часу вона володіє повною і достовірною інформацією про минулий, поточний і майбутній стан середовища, вона здатна без зусиль і затрат виявляти закономірності і прогнозувати майбутні події. Досконала раціональність дозволяє економічній людині безпомилково оцінювати наслідки своїх дій на основі своїх переваг.

Але раціональність – це ще далеко не все, що визначає поведінку економічного суб'єкта. Адже людина не існує відокремленою від навколишнього середовища і таких же людей як і вона. Ідея повної раціональності знаходиться в очевидному протиріччі з щоденною реальністю: люди не тільки не знали і не знають усього, що їм хочеться знати, але сама можливість розширити сферу відомого ставиться під сумнів. Адже здобуття нового знання вимагає зусиль і витрат, причому неможливо зрозуміти чи відшкодуються ці зусилля. Більш того, навіть наявність значного обсягу даних зовсім не гарантує, що на їх основі будуть зроблені правильні і вичерпні висновки: не тільки знання, а й можливості людей їх освоїти обмежені.

Тому насправді людині властива обмежена раціональність. Ця форма раціональності передбачає, що економічні суб'єкти намагаються діяти раціонально, але проявляють цю властивість досить обмежено. Обмежена раціональність означає в тому числі і те, що індивіди можуть робити помилки, наприклад, не враховуючи при прийнятті рішень якісь витрати або вигоди або виключати з розгляду найбільш вигідні варіанти дій. Дійсно обрані альтернативи не завжди є найкращими з можливих. Ще більш радикальний підхід пропонує замінити принцип максимізації – принципом задоволеності, так як в складних ситуаціях наслідування правилам задовільного вибору вигідніше, ніж спроби глобальної оптимізації.

Модель «економічної людини» склалася у ході більш ніж двохсотрічної еволюції економічної науки. За цей час деякі ознаки моделі, які раніше вважалися основними, відпали як не обов'язкові. Точніше буде сказати, що властивості ці збереглися в модифікованому вигляді, який не завжди піддається пізнанню з першого погляду.

Є. А. Шевченко, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ СКЛАДСЬКОЇ ЛОГІСТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Модель управління логістичним процесом базується на управлінні інтенсивністю матеріальних потоків при змінах споживчого попиту. При плануванні логістичного процесу, який розробляється відділом логістики, необхідно враховувати інформацію інших служб підприємства, таких як відділ маркетингу, відділ збуту, відділ матеріального забезпечення. У відповідності з логістичною стратегією і тактикою підприємства відділ повинен планувати:

- графіки поставки замовлень клієнтам, виконання замовлень і їх доставка «точно в термін»;
- маршрути руху при централізованій доставці вантажу;
- управління існуючими трудовими і матеріальними потоками;

- мінімальний час підготовчих робіт для проведення вантажопереробки;
- відповідність скомплектованого замовлення;
- компонування замовлень клієнтів для максимального використання вантажоемкості транспортного засобу;
- створення оптимальної кількості транспортних засобів і контроль над їх використанням;
- раціональне використання складських площ.

Використаємо нотацію IDEF0 для опису бізнес-процесів роботи складу підприємства ТОВ «Авалон – ДП».

Модель є серією діаграм, що розбивають складний об’єкт на складові частини та описує діяльність складу, зокрема, виконуваним ним функції (рис. 1):

- приймання товару;
- відвантаження та повернення товару;
- зберігання.

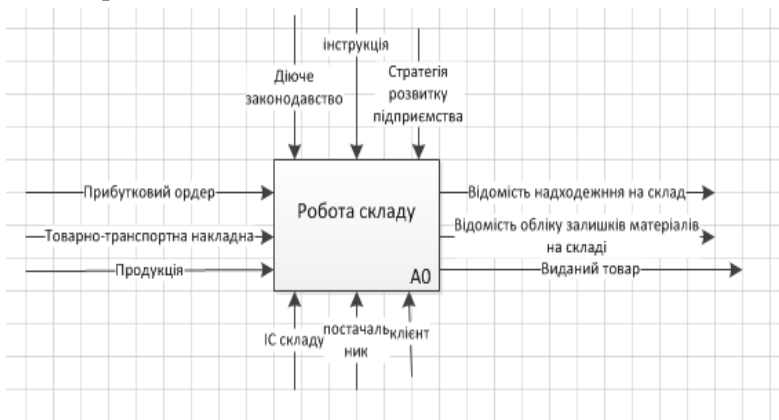


Рисунок 1 – Модель роботи складу у нотації IDEF0

Проведемо декомпозицію моделі для того, щоб дати більш докладний опис блоків. Кожне з цих дій можна також в свою чергу розбити на етапи. При кожній декомпозиції блоку створюється нова діаграма. Число декомпозицій не обмежена і повністю залежить від рівня складності, який необхідно показати в моделі (рис. 2).

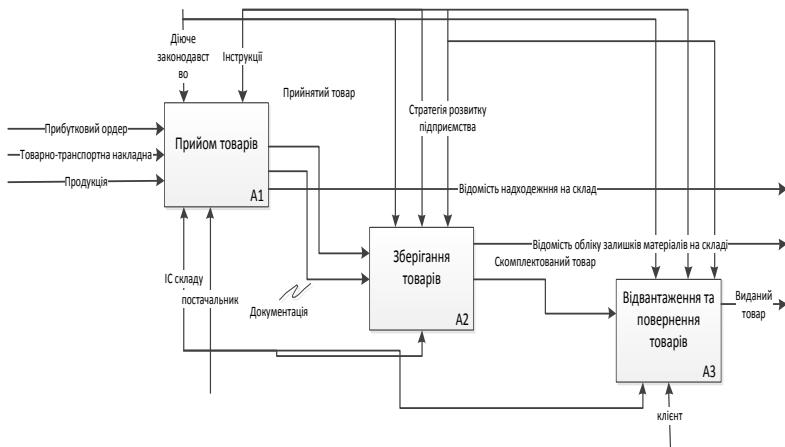


Рисунок 2 – Діаграма декомпозиції

В подальшому моделі можуть бути використані для розробки інформаційної системи.

У роботі запропоновано моделі управління бізнес процесами роботи складу. За допомогою нотації IDEF0 побудовано контексту діаграму та діаграму декомпозиції, яка відображає такі процеси як прийом товару, зберігання товару, відвантаження товару. А також допомагає візуалізувати входи та виходи кожного процесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кривещенко В. В. Логістичний процес на складі / В. В. Кривещенко, А. Ф. Павленко // Економіка та підприємництво : зб. наук. пр. молодих учених та аспірантів : у 2 ч. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана»; редкол.: С. І. Дем'яненко (відп. ред.) [та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2015. – Вип. 34–35, ч. 2. – С. 152–158.

СЕКЦІЯ 3. ПРОГНОЗУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ І ПРОЦЕСІВ

А. В. Дивнич, судовий експерт;

О. А. Нестеренко, заступник директора

Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр МВС України

ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОГНОЗНИХ ВЕЛИЧИН ДОХОДНОСТІ ПРИ ВИЗНАЧЕННІ ВАРТОСТІ ДІЛЯНОК РІЛЛІ У ЗВ'ЯЗКУ З ЇХ ВИКУПОМ ДЛЯ СУСПІЛЬНИХ ПОТРЕБ ЧИ ПРИМУСОВИМ ВІДЧУЖЕННЯМ

У період реформування національної економіки одним з найважливіших напрямів є удосконалення земельних відносин. На теперішній час сільськогосподарські угіддя становлять 70,8 % загальної земельної площі України, у складі яких домінує рілля – її частка становить 76,2 % [1, с. 63].

Зараз правовий режим можливих напрямів використання ріллі передбачає суттєві обмеження, що здійснюють прямий вплив на результати оцінки відповідної земельної ділянки. Трансакції з відчуження таких ділянок наразі можливі при визначенні вартості ділянок ріллі у зв'язку з їх викупом для суспільних потреб чи примусовим відчуженням з мотивів суспільної необхідності. Для вказаних цілей Законом України «Про оцінку земель» [2] передбачено застосування методичного підходу капіталізації (прямої або непрямої) чистого операційного або рентного доходу від використання земельних ділянок, що потребує обґрунтування оціночних параметрів. Чистий операційний дохід, згідно із спеціалізованою методикою [3], визначається шляхом аналізу ринкових ставок орендної плати за землю.

Пряма капіталізація ґрунтується на припущенні про постійність та незмінність грошового потоку від використання земельної ділянки. Водночас, значна чутливість результатів ведення рослинництва від змін вихідних параметрів часто ототожнюється з імовірнісним характером виробничих результатів та економічним ефектом [4, с. 45]. Тому метод прямої капіталізації на-

віть за умови стабілізації національної економіки апріорі може вважатися недоцільним.

Непряма капіталізація ґрунтується на припущенні про обмеженість та змінність грошового потоку від використання земельної ділянки протягом певного періоду з наступним її продажем на ринку [3]. При цьому вартість земельної ділянки визначається як поточна вартість майбутніх доходів від її використання та продажу за формулою:

$$C_{\text{кн}} = \sum_{i=1}^t \frac{D_{oi}}{1 + C_{\text{к}}} + P, \quad (1)$$

де $C_{\text{кн}}$ – вартість земельної ділянки, визначена шляхом непрямої капіталізації (у гривнях);

$C_{\text{к}}$ – ставка капіталізації;

D_{oi} – очікуваний чистий операційний або рентний дохід за i -й рік (у гривнях);

P – поточна вартість реверсії;

t – період (у роках), який враховується при непрямій капіталізації чистого операційного або рентного доходу.

Класичним способом визначення ставки капіталізації за методом пошуку характерного співвідношення між чистим операційним доходом та ціною продажу подібних земельних ділянок в умовах відсутності легального ринку земель сільськогосподарського призначення доводиться знехтувати. Ставку капіталізації можливо розрахувати на основі норми віддачі на інвестований у земельну ділянку капітал, з урахуванням зміни вартості грошей у часі.

Враховуючи, що пріоритетів у застосуванні показників чистого операційного, чи рентного видів доходу, не встановлено, розрахунки слід здійснювати залежно від наявності та повноти відповідної інформації.

Оскільки динаміка грошових потоків упродовж предикативного строку (їх величина, ритмічність надходжень тощо) детермінує також вартість реверсії об'єкта оцінки, слід здійснити дослідження таких надходжень (фактичних – із урахуванням рет-

роспективного аналізу, чи очікуваних – на основі розрахункових даних) з обґрунтуванням прогнозованої величини.

Відповідно до п. 24 національного стандарту № 2 [5], для визначення рентного доходу із ділянок ріллі, враховується типовий для даної місцевості набір культур. Враховуючи, що склад культур повинен забезпечувати ефективне використання, дотримання сівозміни і збереження родючості землі, при оцінці слід враховувати вимоги нормативів оптимального співвідношення культур у сівозмінах [6], що визначають структуру посівних площ та періодичність вирощування культур на одному і тому самому полі.

Розмір очікуваного валового доходу від продукції, одержаної на земельній ділянці, є добутком типового урожаю сільськогосподарських культур та цін його реалізації на ринку. Враховуючи наявність тісного зв'язку між кон'юнктурою внутрішнього ринку та світових цін, при обґрунтуванні цін реалізації нами рекомендовано здійснювати прогноз цін за середньосвітовими значеннями.

Встановлення рівня типових величин урожайності в розрізі сільськогосподарських культур по сівозміні, розміру виробничих та загальногосподарських витрат (їх питома вага в собівартості), а також прибутку виробника (рентабельність господарювання в рослинництві) потребує нормалізації вказаних показників шляхом виключення екстремальних (випадкових) коливань в окремі роки (унаслідок різноманітних чинників: несприятливих погодних явищ, коливань цін на енергоносії, добрива тощо). У зв'язку з цим нами рекомендовано застосовувати згладжування статистичних даних з використанням ковзної середньої за період тривалістю не менш ніж 5 років.

Сучасне рослинництво – високотехнологічна та одна з найкапіталоемніших галузей національної економіки. Показник норми рентабельності тут набуває оптимального значення лише за умови збалансованої структури виробничого та фінансового капіталу, забезпечення розширеного відтворення на інноваційній основі. Тому важливо співставляти величину валового доходу (віддачі на авансований капітал) у розрахунку на одиницю площі в розрізі агроформувань з масштабами виробництва, органі-

заційно-правовими формами, що складають безпосереднє оточення земельної ділянки – об'єкта дослідження.

Найбільш обґрунтованим розрахунком поточної вартості реверсії нами вважається модель Гордона:

$$V_{rev} = I_{Ln} \cdot \frac{1+g}{Y-g}, \quad (2)$$

де V_{rev} – вартість реверсії;

I_{Ln} – чистий операційний дохід із землі, що очікується в останній прогностичний період;

Y – ставка дисконтування;

g – щорічний темп зростання чистого операційного доходу із землі.

Застосування даної моделі базується на припущенні, що чистий операційний дохід (а) має тенденцію до зростання; (б) вказане зростання передбачається з постійною швидкістю [7, с. 300]. З огляду на переважно нормативний (відносно негнучкий) характер формування орендної плати за користування землею, а також перманентне зростання величини нормативної грошової оцінки земель в Україні, при розрахунку поточної вартості реверсії найбільш коректним є застосування саме вказаної моделі.

Таким чином, за результатами опрацювання теоретичних та практичних аспектів виконання оціночних процедур доведено, що унаслідок значної чутливості результатів ведення рослинництва від змін вихідних параметрів виробничо-економічної системи господарювання рекомендовано до застосування саме метод непрямой капіталізації. Враховуючи наявність тісного зв'язку між кон'юнктурою внутрішнього ринку та світових цін, при обґрунтуванні розміру очікуваного валового доходу від продукції рекомендовано здійснювати прогноз за середньосвітовими значеннями цін на продовольство.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сільське господарство України 2016 [Електронний ресурс] : статистичний збірник. – Київ : Державна служба статистики

- України, 2017. – 246 с. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/zb/08/Ukr_cifra_2016_u.zip (дата звернення: 06.07.2017). – Назва з екрана.
2. Про оцінку земель [Електронний ресурс]: Закон України від 11.12.2003 № 1378-IV. Дата оновлення: 28.06.2015. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1378-15> (дата звернення: 01.09.2017). – Назва з екрана.
 3. Методика експертної грошової оцінки земельних ділянок, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 11.10.2002 № 1531. Дата оновлення: 10.12.2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1531-2002-п> (дата звернення: 02.09.2017). – Назва з екрана.
 4. Duvnych A. The development of sustainable land as a strategic priority of modern agriculture. *Economics for Ecology: Papers presented at 19th International Scientific Conference (30 april-3 may 2013, Sumy State Universty)*. Sumy: SSU, 2013. P. 45–46.
 5. Оцінка нерухомого майна [Електронний ресурс]: Національний стандарт № 2, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 28.10.2004 № 1442. Дата оновлення: 15.04.2015. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1442-2004-п> (дата звернення: 01.09.2017). – Назва з екрана.
 6. Нормативи оптимального співвідношення культур у сівозмінах в різних природно-сільськогосподарських регіонах, затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 11.02.2010 № 164. Дата оновлення: 12.07.2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/164-2010-п> (дата звернення: 02.06.2017). – Назва з екрана.
 7. Драпіковський О. І. Оцінка нерухомості / О. І. Драпіковський, І. Б. Іванова, Ю. В. Крумеліс. – Київ : СІК Груп Україна, 2015. – 424 с.

А. Юрченко, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ВИКОРИСТАННЯ АВТОРЕГРЕСІЙНИХ МОДЕЛЕЙ ПРИ ПРОГНОЗУВАННІ ВАЛЮТНОГО КУРСУ

Прогнозування економічних процесів виступає важливою частиною процесу планування економічної політики та дає змогу намітити результати економічного розвитку національної економіки. Прогноз – це пошук реалістичного й економічно виправданого рішення, це зусилля, які докладаються з метою розрахувати майбутнє [2].

Як видно з графіку, що відображає зміну валютного курсу за січень-серпень 2017 р. дозволяє зробити висновок про наявність спадної тенденції та кількість коливань, яка характерна курсам валют.

Використання трендових моделей для дослідження тенденцій валютного курсу та проведення перевірки обраних моделей на якість дозволило зробити висновок про наявність додатної автокореляції у обраній поліноміальній регресійній моделі, що потребує використання у прогнозі скорегованої авторегресійної моделі.

Авторегресійної моделі широко використовуються для опису стаціонарних випадкових процесів. Характерною особливістю стаціонарних часових рядів є те, що їх імовірнісні властивості рядів не змінюються в часі. Інакше кажучи, функції розподілу стаціонарних динамічних рядів не змінюються при зсуві часу [1].

Для того, щоб позбавитись автокореляційної залежності, необхідно поліпшити модель, побудувавши для ряду залишків модель авторегресії $AR(p)$, де p – параметр, який визначає порядок авторегресії.

Порядок моделі визначимо з зовнішнього виду графіків автокореляційної та частково автокореляційної функцій ряду залишків (рис. 1–2).

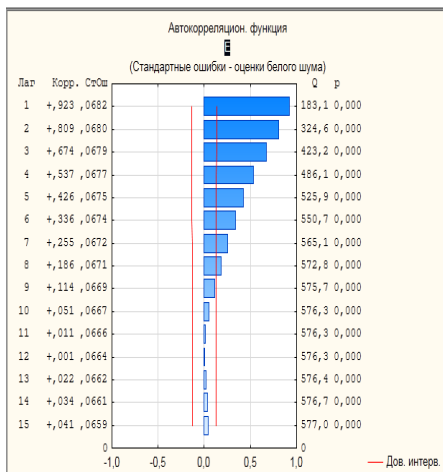


Рисунок 1 – Графік автокореляційної функції ряду залишків

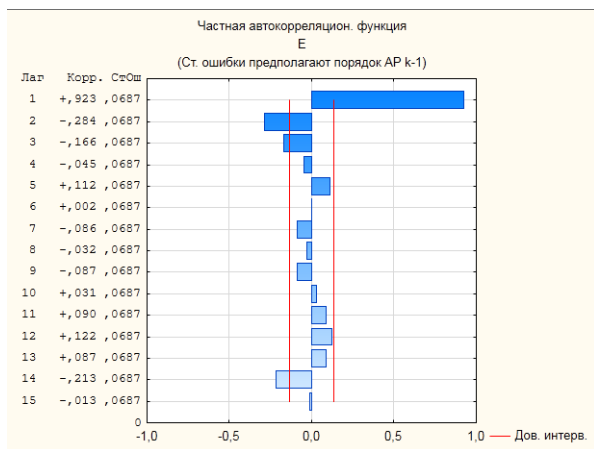


Рисунок 2 – Графік частково автокореляційної функції ряду залишків

Аналіз графіків автокореляційної та частково автокореляційної функції ряду залишків дозволяє зробити висновок, що графік

автокореляційної функції експоненційно спадає та має достатньо багато додатніх значень, але, починаючи з третього, коефіцієнти автокореляції є незначними, що підтверджується графіком часткової автокореляції, а отже значими є лише значення часткової автокореляції при лазі 1. Отже, для ряду залишків будемо будувати модель АР(1) у вигляді

$$Y_t = b_0 + b_1 Y_{(t-1)} + b_2 Y_{(t-2)}.$$

Знайдемо коефіцієнти рівняння, скориставшись інструментом «Регресія» в пакеті «Аналіз даних». Для цього в MS EXCEL додатково створимо декілька стовпчиків з 2-ма незалежними змінними $Y_{(t-1)}$ та $Y_{(t-2)}$, а також з однією залежною змінною Y_t .

Отримали модель виду

$$Y_t = 0,22 + 1,29 * Y_{(t-1)} - 0,302 * Y_{(t-2)}.$$

Верифікація заданої моделі дозволяє зробити висновок, що модель – якісна, коефіцієнти моделі достовірні. А отже, запропонована модель може бути використана для прогнозування.

Список використаних інформаційних джерел

5. Економетрика [Текст] : навч. посіб. / О. Є. Лугінін, В. М. Фомішина, О. М. Дудченко [та ін.]. – Херсон : Олді-плюс, 2014. – 320 с.
6. Козьменко О. В. Економіко-математичні методи та моделі (економетрика) [Текст] : навч. посіб. / О. В. Козьменко, О. В. Кузьменко. – Суми : Університетська книга, 2014. – 406 с.

СЕКЦІЯ 4. МЕТОДИ І СИСТЕМИ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

В. М. Даценко, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ВИДИ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ РИЗИКІВ ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ЇХ ВПЛИВУ НА ПРИЙНЯТТЯ ГОСПОДАРСЬКИХ РІШЕНЬ

У кожного підприємства є свої заздалегідь поставлені певні цілі своєї діяльності. Ефективне досягнення поставленої мети можливе лише внаслідок прийняття таких управлінських дій, які розроблені якісно, є оптимальними, обґрунтованими та послідовно реалізуються. Звідси випливає необхідність розуміння сутності категорії господарське рішення, вивчення основних правил, прийомів та наукових методів їх розробки.

Поняття рішення в науковій літературі визначається по-різному. Найповніше сутність категорії розкривається у такому її трактуванні: рішення – це результат вибору з безлічі варіантів певних альтернатив. Звідси, господарське рішення – це результат аналізу, прогнозування, оптимізації, економічного обґрунтування та вибору альтернативи із сукупності варіантів досягнення конкретної мети підприємства (установи, організації) як господарюючого суб'єкта.

Будь яке господарське рішення передбачає наявність обов'язкових елементів: предмету – що конкретно розглядається; мети й причин розробки рішення, суб'єкту – той, хто приймає рішення та об'єкту – виконавець рішення.

Прийняття ефективного рішення залежить також від наявності певних умов та усунення перешкод. Для вибору найкращого рішення необхідно скористатися надійними інструментами оцінки їх ефективності. Якщо порівнювати процеси, у яких використовуються однакові ресурси, то кращим буде те рішення, де вищий результат (чи нижчі витрати ресурсів). Набагато складніші ситуації, коли досягаються різні ефекти за викорис-

тання різних ресурсів. У таких випадках часто використовують критерій ефективності, що виглядає як деякий відносний, питомий ефект, тобто результат, який припадає на одиницю ресурсів, що використовуються. Індикаторами такої оцінки служать багато показників ефективності: продуктивність праці, фондовіддача, матеріалоемність, собівартість, рентабельність тощо.

Господарське рішення буде ефективне, якщо воно реалізовано відповідно до запропонованих вимог. Однак, при реалізації довгострокових цілей, важко оцінити ступінь ефективності прийнятих рішень щодо досягнення кінцевих результатів, тому завжди виникає необхідність перегляду прийнятих рішень та їх корегування.

В умовах економіки ризик є ключовим елементом підприємництва. Під ризиком розуміють імовірність втрати підприємством частини своїх ресурсів, недоодержання доходів чи поява додаткових витрат у результаті здійснення певної виробничої і фінансової діяльності. Ризик розглядається як діяльність, що пов'язана з подоланням невизначеності в ситуації неминучого вибору, у процесі якого існує можливість кількісно і якісно оцінити вірогідність досягнення передбаченого результату, невдачі та відхилення від мети. Наука, що вивчає ризик, називається ризикологія. Вона досліджує його сутність, причини виникнення, форми прояву і роль в житті людей. Ризикова ситуація – це поєднання, сукупність різних обставин і умов, що створюють певну обстановку для того чи іншого виду діяльності.

Підприємницький ризик – це об'єктивно-суб'єктивна економічна категорія, яка характеризує невизначеність кінцевого результату діяльності, внаслідок дії на нього низки об'єктивних та суб'єктивних факторів, які не можуть бути врахованими при його плануванні.

Причинами виникнення підприємницького ризику є:

- зіткнення суперечливих інтересів;
- неповнота, недостатність, низька якість інформації, яка використовується при прийнятті господарських рішень;
- відносна обмеженість свідомої діяльності людей, неминучі відмінності в ідеалах, намірах, оцінках та ін.;

- обмеженість, недостатність матеріальних, фінансових, трудових та інших ресурсів, потрібних для здійснення підприємницької діяльності;

- неможливість однозначного сприйняття об'єкта при сформованих в даних умовах рівні і методах наукового пізнання;

- імовірнісний характер науково-технічного прогресу.

Існують такі види підприємницьких ризиків:

- Операційні (комерційні та виробничі);

- Фінансові (процентні, кредитні та валютні);

- Інвестиційні (інвестиційні та інноваційні).

Операційні ризики – група ризиків, що виникають в процесі поточних операцій підприємства. До неї відносять комерційні та виробничі ризики.

Комерційні ризики – ризики, що виникають в процесі реалізації товарів і послуг, створених чи придбаних підприємцем. Основні причини:

- зниження обсягів реалізації;

- підвищення закупівельної ціни товару;

- непередбачеє зниження обсягів закупок;

- втрати товару;

- втрати якості товару в процесі транспортування;

- підвищення витрат обертання у порівнянні з наміченими в результаті виплати штрафів;

Виробничі ризики – імовірність збитків чи додаткових витрат пов'язаних з перебоями чи зупинкою виробничих процесів, порушенням технології виконання операцій, низькою якістю сировини чи незадовільною роботою персоналу тощо. Основні причини:

- зниження намічених обсягів виробництва і реалізації продукції;

- зниження цін у зв'язку з неякісною продукцією;

- збільшення матеріальних витрат;

- збільшення фонду оплати праці;

- збільшення податкових платежів та інших відрахувань тощо.

Фінансові ризики – ризики, що виникають при здійсненні фінансових угод, виходячи з того, що у фінансовому підприєм-

ництві в ролі товару виступає валюта, цінні папери або кошти. До фінансових ризиків відносяться процентний, кредитний та валютний ризики.

Процентний ризик – ризик, який виникає через коливання процентних ставок, що приводить до зміни витрат на виплату чи відсотків доходів на інвестиції до зміни до величини прибутку.

Кредитний ризик – імовірність банком часткової або повної витрати суми кредиту та процентів за користування кредитом або отримання доходу на вкладений капітал внаслідок впливу чинників зовнішнього та внутрішнього походження. Причини виникнення кредитного ризику:

- несумлінність позичальника;
- погіршення конкурентного становища підприємства, яке одержало кредит;
- некомпетентність керівництва підприємства тощо.

Валютний ризик – імовірність фінансових втрат, внаслідок зміни курсу валют у період зміни контракту між фізичними особами та виробництвом і розрахунків по ньому. Розрізняють три види: економічний, ризик переводу, ризик угод.

Економічний валютний ризик полягає у тому, що вартість активів і пасивів може змінюватись через майбутні зміни валютного курсу. Валютний ризик переводу має бухгалтерську природу і пов'язаний з різноманіттям в обліку активів і пасивів підприємства в іноземній валюті. Ризик угод – імовірність наявних валютних збитків по конкретних операціях в іноземній валюті.

Інвестиційний ризик – ймовірність виникнення непередбачених фінансових витрат в ситуації невизначеності інвестиційної діяльності. Розрізняють систематичні і несистематичні ризики, ризик реальних інвестицій, ризик портфельних інвестицій. Систематичний ризик пов'язаний зі змінами інвестиційного клімату, несистематичний – притаманний конкретному об'єсту або діяльності конкретного інвестора.

Інвестиційні ризики представлені напрямками вкладення коштів. Якщо кошти вкладались в основні фонди, то існує ризик реальних інвестицій, а якщо у фінансові інструменти, то існує ризик портфельних інвестицій.

Інноваційні ризики – імовірність втрат, що виникають при вкладенні засобів у виробництво нових товарів і послуг, які можливо не знайдуть очікуваного попиту на ринку.

Інноваційні ризики поділяють:

– об’єктивний – коли в розпорядженні суб’єкту, який здійснює вибір із декількох альтернатив, є об’єктивні імовірності отримання припустимого результату;

– суб’єктивний – коли імовірності настання очікуваного результату можуть бути отримані тільки на підставі суб’єктивних;

– об’єктивно-суб’єктивний – коли суб’єкт в процесі вибору і реалізації альтернативи має я об’єктивними, так і суб’єктивними ймовірностями.

Для оцінки ризику і прийняття обґрунтованих господарських рішень виникає необхідність збору вихідної інформації про носії ризику. Ця стадія включає два блоки: збір інформації про структуру об’єкта і виявлення небезпек або інцидентів. Розроблено багато методів щодо виявлення ризику, кожен з яких допомагає отримати інформацію про характер ризиків, що є характерними для певного виду діяльності.

Який би план не був розроблений, він повинен мати власний бюджет і економічне обґрунтування, щоб витрати на вивчення ризиків не перевищили збитки від них.

Список використаних інформаційних джерел

1. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків : опорний конспект лекцій / укладачі: В. В. Сабадаш, О. В. Люльов, О. А. Лукаш. – Суми : Сумський державний університет, 2012. – 57 с.
2. Азаренкова Г. М. Аналіз моделювання і управління ризиком (в схемах та прикладах) : навч. посіб. / Г. М. Азаренкова. – Львів : Новий світ-2000, 2011. – 240 с.
3. Андреева Т. Є. Ризик у ринковій економіці : навч. посіб. / Т. Є. Андреева, Т. Е. Петровська. – Харків : Бурун Книга, 2005. – 128 с.
4. Донець Л. І. Економічні ризики та методи їх вимірювання : [навч. посіб.] / Л. І. Донець. – Київ : Центр навч. л-ри, 2006. – 312 с.

5. Івченко І. Ю. Моделювання економічних ризиків і ризикових ситуацій : навч. посіб. / І. Ю. Івченко. – Київ : ЦУЛ, 2007. – 344 с.
6. Кондрашихін А. Б. Теорія та практика підприємницького ризику (Авторизований доступ) : навч. посіб. / А. Б. Кондрашихін, Т. В. Пепа. – Київ : ЦУЛ, 2009. – 224 с.
7. Клименко С. М. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків : навч.-метод. посіб. для сам. вивч. дисц. / С. М. Клименко, О. С. Дуброва. – Київ : КНЕУ, 2006. – 188 с.
8. Кузьмін О. Є. Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків : навч. посіб. / О. Є. Кузьмін, Г. Л. Вербицька, О. Г. Мельник. – Львів : Нац. ун-т «Лівівська політехніка», 2008. – 212 с.
9. Лук'янова В. В. Економічний ризик : навч. посіб. / В. В. Лук'янова, Т. В. Головач. – Київ : Академвидав, 2007. – 464 с.
10. Мороз О. Оптимальне управління економічними системами в умовах невизначеності та ризику : монографія / О. Матвійчук, А. Мороз. – Вінниця : Універсум, 2003. – 177 с.

Я. А. Дроботя, к. е. н., доцент
Полтавська державна аграрна академія

ФІНАНСОВІ РИЗИКИ ЗАЛУЧЕННЯ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНОГО БАНКІВСЬКОГО КАПІТАЛУ

Транснаціональні банки – це безперечно складова частина сучасного банківського бізнесу будь-якої держави. Однак, поряд із позитивними рисами залучення додаткових фінансових ресурсів в країни та низки інших переваг, транснаціональний капітал несе у собі певні фінансові ризики. Здійснивши аналіз фінансових ризиків транснаціонального капіталу [1–6] серед даних фінансових ризиків для країни та окремих суб'єктів, на нашу думку, слід виокремити наступні:

- ризик неякісних перекладів або ж мовного бар'єру;
- діяльність в умовах коливання валютних курсів декількох держав, що спричиняє посилення валютних ризиків;
- здійснення операцій з нерезидентами, яких потім складніше притягти до відповідальності за порушення умов кредитування;

- посягання на фінансову безпеку окремих держав та світу;
- здійснення великомасштабних фінансових операцій, що можуть забезпечити надприбутки або ж призвести до значних збитків;
 - постійне врахування і відстеження законодавчих змін в банківській, податковій, страховій, трастовій та ін. сферах діяльності декількох (багатьох) країн світу та міжнародного законодавства, домовленостей;
 - залежність від транснаціонального бізнесу та переливів його капіталів;
 - ризик акцентування власників на отриманні прибутків і перевага в наданні ресурсів, тим галузям, що мають вищі прибутки та ігнорування інтересів певної нації в якій функціонує установа, як наслідок це спричинить гальмування розвитку виробництва певної держави;
 - ризик лобіювання інтересів нерезидентів;
 - ризик пов'язаний з ускладненням банківського нагляду за операціями філій транснаціональних банків;
 - стрімкий відтік капіталів ТНБ спричинить коливання валютних курсів;
 - зростання валютних ризиків при кредитуванні у валюті;
 - адаптація та прийняття банківських продуктів клієнтами банку;
 - зниження фінансової стійкості банківської системи певної країни за рахунок залучення іноземного капіталу;
 - ризик витіснення вітчизняних банків іноземними, які мають кращі фінансові продукти, дешевші ресурси, як наслідок банкрутство вітчизняних банків, які поряд із ТНБ стають не конкурентоздатними;
 - вплив капіталу у вигляді депозитів за кордон на кращих умовах;
 - перелив прибутку від банківської діяльності за кордон.

Врахування означених ризиків дасть змогу більш виважено підходити до обрання комерційного банку під час здійснення депозитних і кредитних операцій окремими суб'єктами господарювання. Держава ж, на нашу думку, повинна постійно балансувати між перевагами від залучення додаткового фінансового

капіталу внаслідок діяльності транснаціональних банків та фінансовими ризиками, які несе у собі даний капітал.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дзюблук О. Іноземний капітал у банківській системі України: вплив на розвиток валютного ринку та діяльність банків / Олександр Дзюблук, Ольга Владимир // Вісник НБУ. – 2014. – травень. – С. 26–33.
2. Дмитренко М. Г. Вплив іноземного капіталу на розвиток банківського сектору України / М. Г. Дмитренко, Ю. В. Жежерун // Фінансовий простір. – 2015. – № 2(18). – С. 14–21.
3. Дурицька Г. В. Сучасні тенденції транснаціоналізації та їхній вплив на економіку України / Г. В. Дурицька // Вісник Університету банківської справи НБУ. – 2013. – № 2(17). – С. 39–45.
4. Кулай А. В. Роль транснаціональних банків у формуванні ринку банківських послуг ЄС / А. В. Кулай // Збірник наукових праць «Економічні науки». – Серія «Облік і фінанси». – 2014. – Випуск 11 (41). – Ч. 3. – С. 105–121.
5. Осадчий Є. С. Банки з іноземним капіталом на ринку України: проблеми та перспективи розвитку / Є. С. Осадчий // Стратегія економічного розвитку України. – 2013. – № 33. – С. 94–102.
6. Пилипенко Л. М. Іноземний капітал у банківській системі України як чинник впливу на фінансову безпеку держави : дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук. за спец. 21.04.01. – економічна безпека держави / Л. М. Пилипенко. – Київ : 2016. – 209 с.

В. В. Манько, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ФОРМУВАННЯ ТА МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Одним із перспективних шляхів економічного зростання підприємств є їх інноваційний розвиток. Практика показує, що інноваційні перебудови на сучасному етапі розвитку суб'єктів гос-

подарювання можуть не лише забезпечити високі показники економічного розвитку, але й підвищити конкурентоспроможність сучасних підприємств, їх експортний потенціал, а також допоможуть вирішити економічні, екологічні, соціальні проблеми.

Реалізація інноваційної діяльності є одним з основних чинників конкурентоспроможності продукції, забезпечує ефективність використання виробничих ресурсів, підвищує ступінь адаптованості підприємств до зовнішнього середовища, розширює його можливості щодо виходу на нові ринки продукції, створює умови довгострокової стабільності [2].

Формування механізму інноваційного розвитку підприємств передбачає комплексне впровадження актуальних досягнень науки й техніки (інновацій) у виробничу та управлінську діяльність і має базуватись на таких концептуальних положеннях:

- ресурсне забезпечення: достатня наявність матеріальних, трудових, технічних, прикладних і інфраструктурних можливостей підприємства для впровадження інновацій і реалізації системних перетворень;

- ефективність: динамічне скорочення непродуктивних витрат, збільшення доходу від реалізації продукції, виготовленої за новими технологіями, розширення виробництва і посилення конкурентних позицій підприємства на ринку;

- збалансованість: наявність збалансованої системи кількісної та якісної оцінки фінансово-господарської діяльності підприємства, оцінки ефективності впровадження інновацій, системних перетворень;

- керованість: відповідність фактичного стану інноваційного процесу проектному, запланованому, після реалізації процесів зміни системи управління;

- узгодженість: синхронізація за часом, термінами і ресурсам впровадження інноваційних процесів і технологій з необхідними організаційними перетвореннями.

Вибір в господарських умовах конкретного підприємства ґрунтується на результатах оцінки всіх форм інноваційної діяльності, що проявляються в нововведеннях різних типів. С. Ілляшенко пропонує методологічний підхід до попереднього вибору

напрямків інноваційного розвитку, який базується на їх відповідності таким чинникам:

- цілі та інноваційні орієнтири підприємств;
- забезпеченість ресурсами (інтегральна оцінка достатності фінансових коштів, матеріальних ресурсів, персоналу, інформації);
- рівень конкурентоспроможності;
- врахування можливих ризиків особою, що приймає відповідне управлінське рішення [0, с. 115].

Інноваційна стратегія фірми визначається її загальноекономічними цілями, завданнями і стратегіями. В основі розробки інноваційної стратегії лежить вимірювання і аналіз інноваційного рівня, а також складання науково-технічного прогнозу напрямів інноваційного розвитку.

Процес розробки інноваційної стратегії підприємства здійснюється за такими етапами (рис. 1).

Етапи формування інноваційної стратегії підприємства

- 1. Визначення загального періоду формування інноваційної стратегії
- 2. Вивчення факторів зовнішнього середовища
- 3. Оцінка сильних та слабких сторін підприємства, визначення особливостей його інноваційної діяльності
- 4. Комплексна оцінка стратегічної інноваційної позиції підприємства
- 5. Формування стратегічних цілей інноваційної діяльності підприємства
- 6. Розробка цільових стратегічних нормативів інноваційної діяльності
- 7. Прийняття основних стратегічних інноваційних рішень
- 8. Оцінка розробленої інноваційної стратегії
- 9. Забезпечення реалізації інноваційної стратегії
- 10. Організація контролю реалізації інноваційної стратегії

Рисунок 1 – Основні етапи процесу розробки інноваційної стратегії підприємства

Організація процесів управління розвитком підприємства, спрямована на підвищення ефективності роботи всієї системи під час вирішення завдань аналізу, прогнозування та розробки управлінських рішень, потребує використання методів моделювання, що дозволяють відтворити, а отже і дослідити поведінку об'єкта за допомогою моделі [3, с. 5].

Методичне забезпечення процесу моделювання стратегії інноваційного розвитку утворюють: теорія графів – побудова сценаріїв реалізації інноваційних процесів та структури інноваційної стратегії; експертні оцінки – формування необхідних ресурсів, відбір інноваційних цілей, напрямів інноваційного розвитку, оцінок ефективності інноваційних перетворень; теорія нечітких множин – аналіз пріоритетності інноваційних цілей в умовах невизначеності, структуризація інноваційних проектів; теорія методів оптимізації – ефективний розподіл забезпечуючої складової за відібраними інноваційними цілями, формування оптимальної структури інноваційної стратегії. При цьому запропоновані методи орієнтовано на використання сучасних інформаційних технологій, які дозволяють приймати рішення в умовах слабо структурованої проблеми та недостатнього інформаційного забезпечення [4, ст. 71].

На основі даного матеріалу можна зробити висновок, що забезпечення високої конкурентоспроможності підприємства можливе за умови формування ефективної системи управління його інноваційним розвитком із врахуванням всіх необхідних вимог і принципів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком : навч. посіб. / С. М. Ілляшенко ; 2-ге вид., перероб. і доп. – Суми : ВТД «Університетська книга»; Київ : Видавничий дім «Княгиня Ольга», 2005. – 324 с.
2. Квасницька Р. С. Особливості інноваційної діяльності підприємств у сучасних умовах / Р. С. Квасницька, Н. С. Ардашкіна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 6, Т. 3. – С. 247–251.
3. Пастернак П. П. Системное моделирование экономических процессов в АПК / Пастернак П. П. – Москва : Агропромиздат, 1985. – 176 с.
4. Рогоза М. Є. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: моделі та механізми : монографія / М. Є. Рогоза, К. Ю. Вергал. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 136 с.

В. Д. Політько, студент

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ВИКОРИСТАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Дослідження напрямів використання прибутку підприємства передбачає здійснення відповідного моніторингу способів використання грошових коштів, які залишаються після слати податків та інших обов'язкових зборів з метою підвищення ефективності здійснення операційної діяльності та функціонування підприємства. Ефективно розроблена стратегія використання прибутку підприємства дозволяє оптимізувати операційні витрати, забезпечити рентабельність та збільшити прибутковість за рахунок різних напрямів його використання. Приймаючи управлінські рішення щодо використання прибутку підприємства власник має всебічно враховувати економічну та фінансову кон'юнктуру, визначити пріоритет щодо першочергових вкладень капіталу, обсягу фінансових ресурсів, виходячи з фінансового стану підприємства, рівня його матеріально-технічної бази, соціального розвитку колективу, можливостей прибуткового розміщення коштів на ринку цінних паперів, у грошово-кредитній сфері тощо [1, с. 128].

Механізм використання прибутку підприємства представлений на рис. 1.

Дані рис. 1. свідчать, що прибуток, що залишається після сплати податків, надходить у повне розпорядження підприємства. Основні напрямки використання чистого прибутку: виробничо-технічний розвиток підприємства, соціальний розвиток, матеріальне заохочення (включаючи виплату дивідендів), інші витрати.

Підприємство в нових умовах оподаткування прибутку зацікавлене у тому, щоб його прибуток, визначений з метою оподаткування, був якомога меншим. Тому у процесі аналізу виявляються причини, які призвели до штучного завищення валових доходів і зниження валових витрат і, отже, зростання оподат-

ковуваного прибутку та податку на прибуток. Серед причин, які призводять до цього на підприємствах нами виявлені наступні:

якщо підприємство за звітний період допускає приріст балансових залишків покупних матеріалів, сировини, комплектуючих виробів та напівфабрикатів на складах, у незавершеному виробництві, у залишках готової продукції, витрати коштів на суму цього приросту не вважаються валовими витратами, і це сприяє до збільшення прибутку;



Рисунок 1 – Механізм використання прибутку підприємства [узагальнено автором за джерелом 2]

якщо підприємство, відвантаживши продукцію покупцеві і не отримавши платежу за неї, не виконує встановлені законом процедури з приводу передачі до судово-господарських органів позовних заяв щодо стягнення боргу або визнання боржника банкрутом, сума відвантаженого товару вважається валовим доходом і оподатковується податком на прибуток;

якщо підприємство витрачає кошти на потреби, не пов'язані з веденням його господарської діяльності, ці витрати до складу валових витрат не включаються, що призводить до зростання податку на прибуток;

при реалізації (продажу) товарів пов'язаним особам за цінами, нижчими від звичайних цін на такі товари, валовий доход

обчислюється, виходячи із звичайних цін, тобто податок на прибуток зростає. Аналогічно, якщо підприємство має витрати на закупівлю товарів у пов'язаних осіб за цінами, вищими за звичайні ціни на такі товари, до валових витрат включаються такі витрати за звичайними цінами, що також збільшує податок на прибуток.

Розподілу чистого прибутку підприємства здійснюється за відповідними фондами його використання.

Фонд коштів на розвиток і вдосконалення виробництва витрачається на задоволення потреб, які пов'язані зі зростанням обсягів виробництва, технічним переозброєнням, удосконаленням технології виробництва та інших потреб, що забезпечують зростання і вдосконалення матеріально-технічної бази.

Фонд коштів, які спрямовуються на соціальні потреби, використовується на витрати, що сприяють соціальному розвитку колективу, а саме: будівництво, реконструкція, інші форми поліпшення об'єктів основних засобів соціально-культурної сфери, інші витрати у даному напрямі (крім витрат на утримання об'єктів цієї сфери, які, згідно з новими стандартами бухгалтерського обліку, здійснюються за рахунок витрат діяльності і враховуються при визначенні прибутку як фінансового результату діяльності).

Фонд коштів для матеріального заохочення використовується з метою стимулювання держателів акцій вкладати кошти у капітал підприємства, підтримки прийнятного курсу акцій на фондовому ринку через виплату дивідендів; частина чистого прибутку спрямовується на виплату винагороди працівникам за загальні результати роботи за підсумком року й на інші форми підвищення матеріальної заінтересованості працівників у досягненні високих кінцевих результатів роботи.

Резервні (страхові) фонди створюються за рахунок прибутку для використання на випадок різкого погіршення фінансового становища у результаті тимчасової зміни ринкової кон'юнктури, стихійного лиха тощо. Створення резервних (страхових) фондів за рахунок прибутку є обов'язковим у порядку і розмірах, що визначаються установчими документами підприємства.

Таким чином, реалізація системи моніторингу використання прибутку дозволяє підприємству підвищити ринкову вартість, сформувати необхідний обсяг інвестиційних ресурсів та забезпечити матеріальні інтереси власників і мотивацію персоналу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Безпарточний М. Г. Обґрунтування механізмів забезпечення ефективного розвитку торговельних підприємств України : монографія / М. Г. Безпарточний. – Полтава : ПП «Видавництво Арта», 2015. – 280 с.
2. Bezpartochnyi M. Management and strategies of financial activities of trade enterprises / M. Bezpartochnyi, M. Živitere, V. Riashchenko // Organizational and economic mechanisms of development of the financial system: collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi / ISMA University. – Riga : «Landmark» SIA, 2016. – P. 101–117.

В. В. Самсонов, аспірант

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ВПЛИВ ЗЕЛЕНИХ ІННОВАЦІЙ В ЛОГІСТИЦІ

Останнім часом роль логістичних послуг кардинально змінилася вимогами глобалізації та умовами, що виникають. В умовах збільшення складності в логістиці, організації також можуть зіткнутися зі надання додаткових послуг своїми конкурентами, призначені для більш конкурентоспроможної та екологічно чистого управління постачаннями. Крім того, національна та міжнародна установи продемонстрували все більш активне залучення до екологічних проблем, і їх можливі рішення, які також можуть бути підкріплені зеленою логістикою. Зелений логістичний консалтинг посилюється в академічних дебатах, все-таки його справжнє застосування досить складно реалізувати через його внутрішні особливості та співвідношення з сучасними транспортні системи. Нові технології розглядаються як «важлива ланка» в логістичному ланцюжці, оскільки вона може допомогти організації для досягнення високих результатів з точки зору стійкості та конкурентоспроможності.

Таким чином, зелені технології сприяють глобальній конкуренції через загальні витрати зменшення, поліпшення управління ланцюгами постачання (СКМ), зменшення ризиків та розвиток стійкої системи розподілу. Ця технологія також може призвести до конкурентного інноваційного розвитку логістики, Зелені інновації, як правило, зосереджуються на логістичному зниженні навантаження на навколишнє середовище, особливо в частині забруднення, викидах газу та оптимізації економічних та матеріальних ресурсів (наприклад, сировина матеріали, чисті та альтернативні джерела енергії, автомобілі з низьким рівнем викидів тощо).

Зелені технології представляють собою важливе джерело інновацій для СКМ, оскільки вони сприяють одержанню та підвищенню енергоефективності, впроваджують нові інструменти, спрямовані на зниження токсичних викидів використання відновлюваного джерела енергії, а також для кращого управління або повторного використання відходів.

У логістиці, зелені продукти та технологічні інновації є ще більш важливими, оскільки вони сприяють гарному реагуванню на навколишнє навантаження зацікавлених сторін. З іншого боку, зелене управління інновацією, можливо, не здається безпосередньо пов'язаним з екологією, покращенням продуктивності, тому що інтеграція сталого підходу до поточної бізнес-стратегії не настільки поширені. Отже, компанії повинні тісно співпрацювати зі своїми постачальниками для досягнення екологічних цілей і набувати кращого позиціонування, ніж їх конкуренти. Це співробітництво, засноване на прямому діалозі компаній-постачальників, а також постачальників природоохоронної орієнтації, сприяти тому, щоб вони могли реагувати на вимоги ринку та екологічних вимог, щоб створити та підтримувати «стійкі конкурентні переваги на світовому ринку», що безпосередньо пов'язано з загальним поліпшенням обсягів продажів, маржі прибутку та відсотку ринку. Отже, ефективне управління зеленою логістикою може призвести не тільки до покращення операційної та економічної ефективності, а також довготривале підсилення конкурентоспроможності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Gianpaolo Ghiani, Gilbert Laporte, Roberto Musmanno
Introduction to Logistics Systems Management / John Wiley & Sons. – Technology & Engineering – 2013.

А. С. Сухорада, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Мотивація найманих робітників у процесі управління господарською діяльністю є найбільш ефективним інструментом стимулювання поряд із іншими функціями менеджменту, до яких відносять: планування, організація, контроль та прийняття оперативних і стратегічних рішень.

Відповідно до загальноприйнятого визначення, поняття мотивації – це сукупність внутрішніх та зовнішніх засобів, що стимулюють працівника до виконання дій, дають межі і методи діяльності та привносять до цієї діяльності напрям, націлений на втілення мети.

Згідно до мети мотивації, вона виконує такі завдання в управлінні соціально-економічним об'єктом:

- роз'яснення працівникам сутності мотивації і донесення її значення до кожного члена колективу;
- систематичне навчання працівників і управлінців основам психології та комунікацій;
- формування у кожного керівника демократичних підходів до керування персоналом із використанням сучасних методів мотивації.

До засобів впливу мотивації відносять стимули, мотиви і потреби. Стимул – це матеріальна винагорода визначеної форми та розміру. Найчастіше це заробітна плата працівника. Мотив – це внутрішня спонукальна сила робітника, його бажання, внутрішні установки та потяг до дій задля задоволення власних потреб нематеріального або матеріального характеру.

Потреба, на відміну від бажання, підкріплена спрямованістю до вчинення певної конкретної дії або ряду операцій для її задоволення. Потреба і є в деякій мірі проявом спонукання, але усвідомленим із точки зору необхідності виконання чітких дій, направлених на здобуття результату.

Те, на скільки одна потреба задоволена на даний момент впливає на спонукальну силу до дій в майбутньому періоді. Таку модель схематично зображено на рис. 1. Дивлячись на схему стає зрозуміло, що сутність мотивації на підприємстві зводиться до створення умов, які дозволяють працівникам відчувати, що вони можуть задовольнити свої потреби такою поведінкою, яка забезпечує досягнення цілей підприємства.

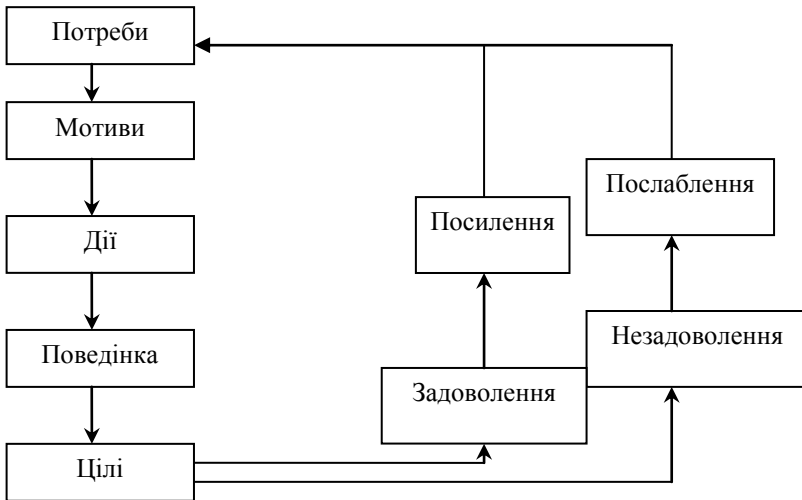


Рисунок 1 – Спрощена модель процесу мотивації

На нашу думку, мотивація – це процес стимулювання окремої людини чи групи людей до діяльності, що спрямована на досягнення індивідуальних та загальних цілей підприємства.

На практиці розрізняють декілька видів мотивації (рис.2).

Згідно рис. 2. видно, що існує три основні види мотивації праці, які найчастіше використовуються на підприємствах. Крім

згаданих вище видів мотивації, існує її поділ на індивідуальну та групову, зовнішню та внутрішню тощо.

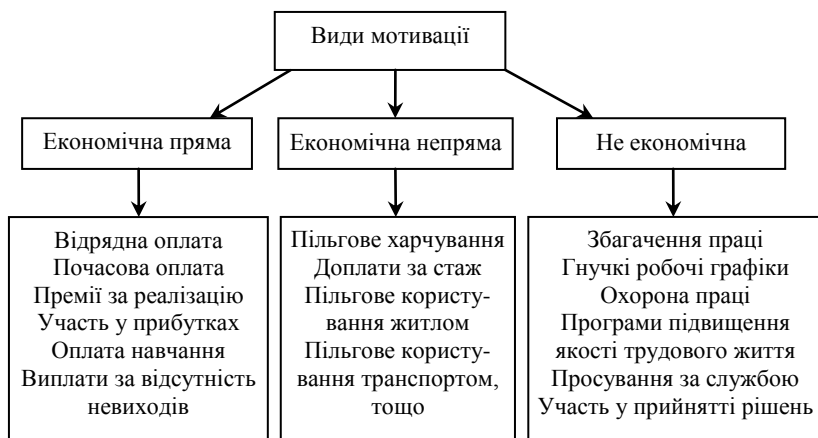


Рисунок 2 – Основні види мотивації праці

Отже, можна сказати, що мотивація – це багатогранне та складне явище, яке потребує індивідуального підходу до кожної людини, базується на сукупності внутрішніх і зовнішніх сил, що спонукають її до здійснення діяльності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Жданкин Н. А. Мотивация персонала. Измерение и анализ : учебно-практическое пособие / Н. А. Жданкин. – Москва : Финпресс, 2011. – 272 с.
2. Круп'як Л. Б. Мотивація трудових ресурсів як складова соціально-трудова відносин в організації / Л. Б. Круп'як. – Київ : Кондор, 2013. – 233 с.
3. Крушельницька О. В. Управління персоналом / О. В. Крушельницька, Д. П. Мельничук. – Київ : Кондор, 2013. – 311 с.
4. Левицька І. Мотиваційний механізм стимулювання працівників в ринкових умовах / І. Левицька, Я. Глива // Науковий вісник КНТЕУ. – 2012. – № 20. – С. 127–130.

СЕКЦІЯ 5. ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ ТА СИСТЕМ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

В. Г. Алькема, О. О. Кучмєєв

НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

Специфіка «середньостатистичного» підприємства оптової торгівлі виражається номенклатурою товарів з різними споживчими властивостями, кількістю контрагентів, різноманітністю розрахунково-платіжних умов і великими обсягами супровідних документів. Реєстрація, узагальнення й аналіз інформації, пов'язаної з товарорухом, перетворюються у вкрай трудомісткі процедури. Деякі підприємства мають віддалені склади і філії. У цьому разі виникає проблема жорсткого контролю роботи підлеглих структур з боку «центру». Тому багато торговельних підприємств або вже впровадили, або думають про придбання і впровадження інформаційних систем управління.

На даний час на підприємствах оптової торгівлі в основному застосовуються інформаційні технології наведені в таблиці 1.

Таблиця 1 – Характеристика інформаційних технологій, які застосовуються на підприємствах оптової торгівлі

Види інформаційних технологій	Характеристика
1	2
Управління даними (УД)	Процес накопичення та систематизації в необхідному обсязі бази даних (спеціально організоване збереження інформаційних ресурсів у вигляді інтегрованої сукупності, призначеної для багатоцільового використання і модифікації різними користувачами) з метою доступу до неї цільових користувачів у потрібний час

1	2
Електронний обмін даними (ЕОД)	Система безпаперового обміну даними як у середині підприємства, так і в зовнішньому середовищі на базі стандартних мережних офісних програмних продуктів або за допомогою спеціалізованих систем управління потоками документів і ділових операцій типу StaffWare
Штрихове кодування (ШК)	Вид автоматичної ідентифікації товарів, при якому використовується метод оптичного зчитування інформації, що позначена на товарі у вигляді комбінації паралельних темних штрихів і світлих смуг відповідно до певної системи. Головним завданням позначення товарів штрих-кодами є раціоналізація продажу і розподілу товарів, незалежно від країни їхнього походження, місця збуту і розташування складського господарства
Штучний інтелект/експертні системи (ШІ/ЕС)	Використовуються у процесі телемаркетингу – при прийнятті замовлення й обслуговуванні покупців. Основна їхня перевага полягає в адаптуванні спілкування з замовником по телефону до реальної ситуації при персональному продажі. При цьому менеджер за допомогою комп'ютера одержує підказки про цінні знижки, можливості доставки, пропозиції заміни при відсутності необхідного товару на підприємстві, перелік товарів, що регулярно купуються, тощо
Дистанційний доступ і комунікації (ДДіК)	На основі супутникового зв'язку і сучасних комунікацій, забезпечується аудіозв'язок у режимі реального часу, що дозволяє підприємствам віддалені ринки зробити частиною своєї мережі збуту

Створення і впровадження комплексних інформаційних систем на торговельних підприємствах останнім часом стало однією з найпопулярніших дискусійних проблем. У науковій літературі піднімалися практично всі питання, пов'язані з комплексною автоматизацією діяльності підприємств. Розглядалися різні концепції побудови таких систем, способи їх реалізації й виконання проектів з інформатизації підприємств. Однак, незва-

жаючи на значну кількість публікацій з питань інформаційних систем і технологій у логістиці, знайти однозначне визначення логістичної інформаційної системи, її особливостей і відмінностей від інших видів інформаційних систем досить важко [1–3].

На наш погляд, логістична інформаційна система (ЛІС) це інтерактивна структура, яка включає персонал, обладнання і процедури, об'єднані інформаційним потоком, використовуваним логістичним менеджментом для планування, регулювання, контролю й аналізу функціонування підприємства.

Оскільки, на даний час, немає єдиної точки зору на визначення місця ЛІС в загальній інформаційній системі суб'єктів підприємницької діяльності, нами пропонується виділити три діаметрально протилежних підходи до визначення контуру логістичної інформаційної системи. За першим підходом, ЛІС пропонується розглядати як частина корпоративної інформаційної системи (КІС), за другим – як більш високий ступінь інтеграції програмних рішень, який містить у собі КІС, а за третім – ЛІС розглядається як самостійна структура, відокремлена від інших інформаційних систем.

Оскільки інформаційні системи не можуть функціонувати самі по собі, бо прив'язані до якого-небудь конкретного об'єкта, то, на наш погляд логістична інформаційна система, є самостійною структурою, пов'язаною із забезпеченням інтегрованого управління логістичними потоками. В ідеальному варіанті ЛІС відіграє роль центральної нервової системи підприємства, зв'язуючи воедино плани закупівель товарів, товарообороту та їхнього фінансового забезпечення.

Об'єктом ЛІС виступає процес створення інтерактивної структури інформаційного забезпечення формування та трансформації логістичних потоків підприємств, а предметом – механізм обґрунтування інтеграції всіх логістичних процесів у системі управління діяльністю підприємств.

Організація зв'язків між елементами ЛІС істотно відрізняється від традиційних інформаційних систем. Це обумовлено специфікою логістичної діяльності, яка полягає в тісній взаємодії процесів, що утворюють логістичні потоки. Тому особли-

вістю ЛПС є не характер інформації чи набір технічних засобів, а методи та принципи її побудови.

Успіх функціонування підприємства оптової торгівлі багато в чому залежить від відповідності ЛПС закону необхідної різноманітності, тобто об'єктивному закону економічної кібернетики, відповідно до якого керуючі та керовані системи повинні бути адекватні за своєю складністю і структурною розмаїтістю об'єкта управління.

По суті інформаційна підтримка логістичного управління зводиться до трьох основних проблем. Необхідно, по-перше, формалізувати проблеми інформаційного забезпечення, що виникають у процесі поліпшення управління на всіх рівнях, по-друге, розробити раціональнішу технологію управління інформаційними потоками на окремих стадіях логістичного управління і протягом усього логістичного процесу відповідно до просторово-тимчасової послідовності логістичної діяльності підприємств і, по-третє, використовувати досконаліші організаційні структури, форми і методи, технічні засоби та кадри, адекватні новій технології управління для більш повного і точного вирішення логістичних інформаційних завдань.

Перше завдання пропонується вирішувати на основі розробленої стратегії. Друге завдання зорієнтоване на те, щоб домогтися гнучкішої реакції ЛПС на зміни вимог керівників і учасників логістичного процесу або на прогноз таких змін з урахуванням зниження витрат усіх видів. Це передбачає різке скорочення витрат часу і людських ресурсів, підвищення мобільності персоналу, прискорене просування нових технологій, за рахунок спрощення оргструктур та інформаційних потоків, раціоналізації правил та інструкцій.

З урахуванням вищезазначеного, для досягнення цілей інформаційного забезпечення логістичного управління пропонується:

1. Визначати оптимальну послідовність виконуваних інформаційних функцій, що забезпечить скорочення тривалості логістичних інформаційних процесів. Це завдання слід вирішувати шляхом об'єднання декількох функцій у рамках однієї консолідованої функції, виконуваної одним працівником (підрозділом, самостійною організаційною одиницею), що дозволить скороти-

ти переходи та очікування інформації, а також контрольні операції. З позиції взаємодії з партнерами в мажах логістичного інформаційного процесу визначаються можливості виконання інформаційних функцій власними силами або шляхом придбання відповідних послуг на стороні.

2. Оптимізувати використання інформаційних ресурсів, що скоротить логістичні витрати на збереження і передачу інформації. Вирішення такого завдання потребує виявлення можливостей диверсифікації логістичних інформаційних процесів, аби ті самі ресурси використовувати в декількох процесах. При цьому оцінюється достатність ресурсів, ступінь їх завантаження та інтенсивність використання.

3. Побудувати логістичні інформаційні процеси швидкого реагування, що дозволить задовольняти потребу в інформації в умовах динамічності протікання управлінського процесу. Це завдання пов'язане з побудовою моделі альтернативних процесів, які визначають правила вибору послідовності функцій залежно від типу замовника інформації та специфікацій замовлення. Складніші ситуації потребують застосування експертної системи, яка відповідно до конкретної ситуації вибирає послідовність дій з бази знань або в більш простому виконанні – з бібліотеки типових моделей процесів.

4. Оптимізувати інформаційний супровід фінансових потоків, забезпечити рівномірність надходження та використання фінансових ресурсів, що створить стабільність протікання логістичного процесу. Це завдання є інтегруючим. Ефективне його рішення потребує побудови динамічної моделі грошових потоків.

Вирішення перерахованих завдань забезпечить керівництво об'єктивною інформацією про роботу всіх підрозділів, яка повинна залишатися «прозорою» зверху донизу в будь-якому структурному підрозділі підприємства. ЛІС повинна надати такі можливості, як щоденний огляд результатів логістичної діяльності, її аналіз і коригування у разі відхилення від поставленого завдання або непередбачуваних обставин.

Таким чином, реалізація логістичних інформаційних технологій – це довгострокова інвестиція для торговельного підприємства, яка дозволяє оптимізувати його управлінську і фінансо-

во-господарську діяльність. Інформаційне забезпечення логістичного управління торговельного підприємства передбачає об'єднання інформаційних ресурсів структурних підрозділів підприємства і створення інтегрованої інформаційної системи, що функціонує в реальному вимірі часу, базується на об'єктивних даних про логістичні потоки всіх сфер господарської діяльності підприємства і забезпечує скорочення сукупних витрат за рахунок гнучкого реагування на зміни внутрішньої і зовнішньої ситуації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бакаєв О. О. Імітаційні методи та моделі дослідження матеріальних потоків логістичних систем / О. О. Бакаєв, В. І. Гриценко, І. С. Сакунова. – Київ : ЛОГОС, 2015. – 212 с.
2. Бродецкий Г. Моделирование логистических систем. Оптимальные решения в условиях риска / Г. Бродецкий. – Москва : Вершина, 2013. – 376 с.
3. Луценко И. Б. Концептуальный подход к формированию информационной логистической системы предприятия / И. Б. Луценко // Предпринимательство, хозяйствование и право. – Київ, 2013. – № 6. – С. 163–166.

Віктор Олусола Аровеле, аспірант

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ НА ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Високий рівень конкуренції в галузі торгівлі зумовлює необхідність пошуку нових форм та форматів ведення торгівельної діяльності. А тому актуальності набуває створення на підприємстві системи електронної комерції, що не тільки охоплює всі типи електронних транзакцій між організаціями та зацікавленими особами [1], але й включає системи контролю та дозволяє автоматизувати логістику та маркетингову діяльність підприємства.

Основою системи електронної комерції науковці називають глобальну мережу Інтернет та ті технології, які вона надає для підтримки бізнес-процесів підприємства.

Американський дослідник В. Звасс дає такі характеристики електронній комерції [5, с. 5]:

- обмін бізнес-інформацією;
- налагодження бізнес-відносин;
- здійснення бізнес-транзакцій через телекомунікаційні мережі;
- торгові відносини.

Популярність формування системи електронної комерції на торговельному підприємстві визначається її перевагами, до яких відносять:

- зниження інформаційних витрат;
- зменшують значення географічної близькості торговельного підприємства та споживача, торговельного підприємства та постачальника [2];
- технічне вдосконалення інтернет крамниць знижує витрати на транзакції;
- зменшення витрат на комунікацію розширює можливості та географію аутсорсингу [3];
- поширення інтернет-технологій та електронної комерції сприяють підвищенню рівня відкритості торгівлі в країнах [4];
- створення нових робочих місць;
- підвищення конкурентоспроможності малих і середніх підприємств.

Однак, не зважаючи на позитивні ефекти від впровадження системи електронної комерції на торговельних підприємствах, існує і ряд бар'єрів, серед яких науковці виділяють:

- брак інформації щодо правових норм та процедур функціонування і регулювання системи електронної комерції на підприємстві;
- наявність адміністративних бар'єрів в розмитненні товарів, придбаних через Інтернет;

- кожна країна має відмінності у процедурах повернення покупок, що особливо впливає на ринок електронної комерції, яка охоплює різні країни;
- відмінності у податковому регулюванні;
- недостатнє забезпечення прав інтелектуальної власності;
- транскордонна електронна торгівля обмежена вимогами щодо реєстрації доменних імен вищого рівня, цензури в Інтернеті та вимог щодо використання спеціальних методів шифрування, які встановлюються на державному рівні кожної з країн;
- високий рівень шахрайства в Інтернеті.

Щодо становлення електронної комерції на торговельних підприємствах України, то важливими чинниками, що впливають на зниження ефективності інтернет-торгівлі є відносно низький рівень правового забезпечення електронної торгівлі, переважаючі в Інтернеті частки підприємств з великих міст (40 % припадає на м. Київ); несприятливий інвестиційний клімат.

Список використаних інформаційних джерел

1. Chaffey D. E-business and E-commerce Management / D. Chaffey // Strategy, Implementation and Practice. – Prentice Hall, 2009. – 800 p.
2. ECLAC. Electronic Commerce, International Trade and Employment: Review of The Issues. UN, Economic comission for Latin America and the Caribbean ECLAS, Washington Office, April 2002, pp 1–30.
3. Kuwayama, M. E-Commerce and Export Promotion Polices for Small and Medium-Sized Enterprises: East Asian and Latin American Experiences, Serie Comercio Internacional, LC/L.1619-P, October, Santiago de Chile, ECLAC, 2001.
4. Onyeiwu, S. Inter-Country Variations in Digital Technology in Africa. WIDER Paper # 2002/72, World Institute for Development Economic Research, Helsinki, Finland, 2002.
5. Zwass V. Electronic Commerce: Structures and Issues / V. Zwass // International Journal of Electronic Commerce. – V. 1, № 1, Fall, 1996. – P. 3–23.

М. Г. Безпарточний, д. е. н., доцент;
Д. О. Оніщенко, студентка
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОНОВЛЕННЯ ТЕХНІКО- ТЕХНОЛОГІЧНОЇ БАЗИ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних економічних умовах господарювання проблема дослідження фінансового забезпечення оновлення техніко-технологічної бази підприємства набула актуальності. Діяльність будь-якого підприємства потребує наявності відповідних елементів техніко-технологічної бази виробництва. За останні роки спостерігається негативна тенденція у відтворенні техніко-технологічної бази суб'єктів господарювання, тобто їх стан можна визнати незадовільним, оновлення здійснюються низькими темпами, запровадження нових технологій для багатьох підприємств є проблематичним та недосяжним у зв'язку із відсутністю фінансового забезпечення.

Фінансове забезпечення відтворювального процесу – це покриття витрат за рахунок фінансових ресурсів, які акумулювали суб'єкти господарювання. Основною метою фінансового забезпечення є формування на підприємстві необхідних коштів для відтворення виробничого потенціалу, а завданням – прийняття рішень щодо складу та структури джерел фінансування оновлення техніко-технологічної бази [2, с. 163].

Серед джерел фінансування оновлення техніко-технологічної бази виокремлюють внутрішні та зовнішні. Внутрішні складаються з власних та залучених, зовнішні – з позичених та централізованих. До власних джерел відносять амортизаційні відрахування, нерозподілений прибуток, кошти засновників, до залучених – внески членів трудового колективу, кошти від емісії цінних паперів, кошти від продажу майна підприємства, кошти від оренди основних засобів; до позичених – іноземні інвестиції, лізинг, банківські кредити та інші позики, кошти страхових, венчурних, пенсійних та інших фондів, до централізованих – кошти державного та місцевих бюджетів, кошти державних та позабюджетних фондів (гранти), кошти благодійних фондів тощо.

Амортизаційні відрахування є одним з найважливіших джерел фінансування відтворення основних засобів, що дозволяє покращити їх склад і структуру, підвищити конкурентоспроможність продукції. Розмір амортизаційних відрахувань залежить від норм амортизації та балансової вартості основних засобів. Методи амортизації дозволяють регулювати інвестиційні процеси, знижувати податкове навантаження на підприємство.

Сьогодні амортизаційна політика є діючим інструментом активізації інвестиційних процесів, вона має забезпечити надійне внутрішнє джерело фінансування капітальних вкладень. Статистичні данні свідчать, що саме у розвинених країнах за рахунок амортизації на підприємствах формується до 80 % інвестицій [3, с. 10].

Варто зазначити, що згідно із чинним законодавством України підприємства всіх форм власності мають право проводити щорічну індексацію балансової вартості груп основних засобів. Цей процес визначає дійсну вартість відтворення залежно від рівня цін і впливає на обсяг амортизаційних відрахувань.

Більша частина інвестицій в основний капітал фінансується за рахунок коштів приватного сектору. Основним джерелом фінансування інвестицій в основний капітал в Україні є власні кошти підприємств. Зростає роль кредитів банків та інших позик. Слід зазначити, що і в умовах розвитку кредитування банки віддавали перевагу напрямам бізнесу з швидким обігом коштів.

Знижується частка централізованого фінансування за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів, що є закономірним в умовах ринкової економіки. Бюджетні кошти мають застосовуватися для фінансування інвестицій в об'єкти соціальної інфраструктури, а також у такі проекти, які носять інноваційний характер та існує потреба фінансування їх закінчення.

Частка коштів іноземних інвесторів в структурі інвестицій в основний капітал незначна. Це пояснюється високим рівнем інвестиційного ризику в Україні, який зумовлюється нестабільністю економічної та політичної ситуації, високим рівнем тінізації економіки, недосконалістю законодавчої бази, що регулює діяльність суб'єктів підприємництва в Україні тощо.

Враховуючи вищезазначене, для суб'єктів господарювання на сучасному етапі нами запропоновано здійснювати такі організаційно-економічні заходи: формування економічної і правової бази для впровадження раціональних методів відновлення техніко-технологічної бази; стимулювання інвестиційної ініціативи суб'єктів господарювання з боку держави; надання податкових знижок лише тим підприємствам, що мають документальне підтвердження інвестиційного використання коштів та амортизаційного фонду; дозволити підприємствам самостійно обирати й змінювати метод амортизації з повідомленням податкових органів до початку податкового року, а також самостійно обирати період відшкодування первісної вартості при застосуванні прискореної амортизації; запровадити контроль за цільовим використанням амортизаційних коштів у разі, коли підприємства обирають нелінійні методи амортизації; необхідне впровадження податкових пільг на прибуток, який інвестується в оновлення основних засобів, особливо на інноваційний розвиток виробництва необхідно впровадження чіткої програми пріоритетного кредитування окремих галузей економіки; необхідно впровадження державних програм з метою покращення інвестиційного клімату в Україні, які мають збільшити обсяг, як внутрішніх, так і зовнішніх інвестицій на оновлення техніко-технологічної бази.

У результаті впровадження вищезазначених заходів підприємства зможуть поліпшити власний фінансовий стан і результати господарської діяльності, а також забезпечити формування умов для інноваційної діяльності підприємств у перспективі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Безпарточний М. Г. Обґрунтування механізмів забезпечення ефективного розвитку торговельних підприємств України : монографія / М. Г. Безпарточний. – Полтава: ПП «Видавництво Арта», 2015. – 280 с.
2. Безпарточний М. Г. Забезпечення стійкого розвитку торговельних підприємств: принципи, механізми, стратегії, показники / М. Г. Безпарточний // Економічні та виробничо-економічні системи в координатах сталого розвитку: колективна

монографія / за ред. А. О. Касич, М. М. Хоменко – Кременчук : Кременчуцька міська друкарня, 2015. – С. 162–169.

3. Bezpartochnyi M. The modern concept of operation and development of retail / M. Bezpartochnyi, M. Živitere, V. Riashchenko // Innovative approaches in the management of competitiveness of businesses: collective monograph / edited by A. Berezin, M. Bezpartochnyi, in 2 vol. / ISMA University. – Riga : «Landmark» SIA, 2016. – Vol. 2. – P. 8–14.

І. С. Борисова к. е. н., доцент;

В. І. Гришина, магістр; А. О. Савельєва, магістр

Полтавська державна аграрна академія

ПОКАЗНИКИ ЛІКВІДНОСТІ ТА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ В СИСТЕМІ АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

Проблема антикризового управління зумовлена потребою в постійному своєчасному аналізі показників фінансової стійкості та платоспроможності. Використання даних показників дає можливість не допустити банкрутства підприємств, оцінити їх платоспроможність і кредитоспроможність. Важливо зазначити, що в антикризовому управлінні за допомогою основних коефіцієнтів ліквідності та платоспроможності підприємства можна вирішити такі головні завдання:

– своєчасне діагностування передкризового стану підприємства і вжиття необхідних заходів щодо прогнозування кризових явищ;

– усунення неплатоспроможності, формування фінансової стійкості підприємства, мінімізація наслідків фінансової кризи;

– запобігання зниженню інвестиційної привабливості, скороченню власних коштів для фінансування виробничо-господарської діяльності, залученню значних коштів, які можуть призвести до фінансових труднощів чи фінансової кризи [1].

У вітчизняній і зарубіжній літературі, яка висвітлює питання фінансового аналізу діяльності підприємств, і в аналітичній практиці ліквідність розглядається як у широкому значенні цього терміну, так і в більш вузькому значенні.

Перший з цих підходів до визначення ліквідності передбачає аналіз здатності підприємства виконати всі без винятку зобов'язання, взяті на себе, які впливають з його статуту та інших засновницьких документів, включаючи, зокрема, захист майнових інтересів усіх власників.

Другий підхід (а саме він найпоширеніший, більше того, багато авторів вважають його єдино правильним підходом до визначення і аналізу ліквідності) трактує ліквідність лише як здатність підприємства розрахуватися за своїми поточними фінансовими зобов'язаннями шляхом перетворення активів на гроші. У даному випадку йдеться про так звані «ліквідні» активи, тобто такі, які можуть бути перетворені на гроші протягом порівняно короткого часу, який відповідає терміну погашення фінансових зобов'язань. Характеристику показників ліквідності представлено в табл. 1.

Таблиця 1 – Характеристика показників ліквідності підприємства

Показник	Характеристика
Коефіцієнт покриття (загальної ліквідності)	Показує, яку частину поточних зобов'язань підприємство спроможне погасити, якщо воно реалізує усі свої оборотні активи, в тому числі і матеріальні запаси. Цей коефіцієнт показує також, скільки гривень оборотних коштів приходить на кожну гривню поточних зобов'язань.
Коефіцієнт швидкої (критичної) ліквідності	Показує, яку частину поточних зобов'язань підприємство спроможне погасити за рахунок найбільш ліквідних оборотних коштів – грошових коштів та їх еквівалентів, фінансових інвестицій та кредиторської заборгованості. Цей показник показує платіжні можливості підприємства щодо погашення поточних зобов'язань за умови своєчасного здійснення розрахунків з дебіторами.
Коефіцієнт абсолютної (грошової) ліквідності	Показує, яку частину поточних зобов'язань підприємство може погасити своїми коштами негайно

Н. А. Мамонтова стверджує, що фінансова стійкість – це такий стан підприємства, за якого забезпечується стабільна фінансова діяльність, постійне перевищення доходів над витратами,

вільний обіг грошових коштів, ефективне управління фінансовими ресурсами, безперервний процес виробництва і реалізації продукції, розширення й оновлення виробництва, оскільки дане визначення охоплює аналіз всіх сфер діяльності підприємства, що і включає в себе поняття «фінансова стійкість».

Фінансова стійкість характеризується сукупністю показників, що представлені в табл. 2.

Таблиця 2 – Зміст та значення коефіцієнтів, які характеризують фінансову стійкість підприємства

Показник	Характеристика
Коефіцієнт автономії	Показує частку власного капіталу у загальній сумі джерел коштів (валюти балансу)
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	Показує частку позикового капіталу у загальній сумі джерел коштів (валюти балансу)
Коефіцієнт фінансової залежності	Показує, яка сума коштів припадає на одиницю власного капіталу, обернений до коефіцієнту автономії
Коефіцієнт фінансової стійкості	Показує співвідношення власного і залученого капіталу
Коефіцієнт концентрації поточної заборгованості	Показує, яку частину активів сформовано за рахунок поточних зобов'язань
Коефіцієнт фінансового левериджу	Показує співвідношення залученого і власного капіталу, обернений до коефіцієнту фінансової стійкості
Коефіцієнт маневреності оборотних активів	Характеризує суму власного оборотного капіталу на одну грошову одиницю оборотних активів
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	Характеризує суму власного оборотного капіталу на одну грошову одиницю власного капіталу
Коефіцієнт маневреності позикового капіталу	Характеризує суму власного оборотного капіталу на одну грошову одиницю позикового капіталу

Отже, для об'єктивної оцінки фінансової стійкості суб'єкта господарювання, необхідно безпосередньо корегувати коефіцієнти забезпечення запасів власними джерелами, або аналогічні за природою показники, на суми нарахування та використання амортизації основних засобів та нематеріальних активів. З цією метою, достатньо відслідковувати зміни одного показника, тобто коефіцієнта нагромадження амортизації або придатності основних засобів, адже їх сума дорівнюється одиниці.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бобрик А. П. Антикризове управління ліквідністю та платоспроможністю підприємства [Електронний ресурс] / А. П. Бобрик. – Режим доступу: <http://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/07/100.pdf>. – Назва з екрана.
2. Дробишева О. О. Оцінка платоспроможності та фінансової стійкості системі антикризового управління / О. О. Дробишева, Д. В. Чикулов // Економіка та управління підприємствами. – 2017. – № 3. – С. 89–92.
3. Крищенко С. Шляхи покращення фінансового стану підприємства / С. Крищенко // Збірник наукових праць ДЕГУТ. Серія «Економіка і управління». – 2015. – Вип. 32. – С. 270–278.

Т. М. Браславець, асистент

Полтавська державна аграрна академія

ВПЛИВ ОБМЕЖЕНЬ НА ПРОЦЕС РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО НАБОРУ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Маркетингове управління товарними потоками (МУТП) підприємства розглядається як орієнтована на ринок системна управлінська діяльність, спрямована на оптимізацію руху товарів на основі наявної інформації про умови та цілі діяльності підприємства [1, с. 134–135]. Поняття МУТП підприємства визначає також сукупність елементів маркетингового управління процесами, що забезпечують та супроводжують рух товарних потоків, спрямованих на вирішення стратегічних та тактичних завдань діяльності підприємства, формування маркетингової політики, створення довгострокових партнерських зв'язків з постачальниками та посередниками з метою встановлення та задоволення потреб споживачів.

Формування набору стратегій МУТП підприємства потребує зміщення уваги з одиничних заходів до комплексних, узгоджених програм, спрямованих на задоволення потреб споживачів та інтеграцію інтересів виробників, постачальників та посередників. Тому процес їх реалізації потребує врахування впливу внутрішніх обмежень в діяльності підприємства, тобто встановлення

«вузьких місць», що мають чи матимуть вплив на результати реалізації стратегій та ідентифіковані за результатами моніторингу ефективності діяльності підприємства.

Черговість ліквідації обмежень в діяльності підприємства, на нашу думку, залежать від ступеня їх впливу та можливості ліквідації. Досліджуючи «вузькі місця» з використанням цих критеріїв пропонуємо застосовувати їх градацію за 10-бальною шкалою (табл. 1).

Таблиця 1 – Градація критеріїв ступеня впливу обмежень маркетингового управління товарними потоками та можливості їх ліквідації

Критерії оцінки обмежень МУТП	Градація критеріїв, балів			
	відсутній чи дуже низька	низький	середній	високий
Ступінь впливу	[0; 2,5]	(2,5; 5,0]	(5,0; 7,5]	(7,5; 10]
Можливість ліквідації	[0; 2,5]	(2,5; 5,0]	(5,0; 7,5]	(7,5; 10]

Джерело: власна розробка

Так, результати реалізації стратегій управління збутом ПАТ «Кременчуцький міськмолокозавод» залежать, на нашу думку, від наступних існуючих та потенційних обмежень: рівень витрат на проведення рекламних заходів; комерційні ризики при проведенні змін асортименту продукції; рівень кваліфікації збутового персоналу; ризики відносин з бізнес-партнерами; рівень витрат на сировину; якість сировини та інші обмеження.

Враховуючи характер «вузьких місць» у діяльності підприємства, визначених за критеріями ступеня впливу на результати реалізації стратегій управління збутом товарних груп та можливістю ліквідації, доцільно встановлювати черговість ліквідації обмежень МУТП підприємства.

Черговість ліквідації обмежень МУТП підприємства пропонуємо визначати з урахуванням зваженої їх оцінки за ступенем впливу та можливістю ліквідації за формулою:

$$P_o = L_c p_L + V_c p_V, \quad (1)$$

де P_o – зважена оцінка обмежень МУТП підприємства, балів;

L_c – середнє значення діапазону оцінки можливості ліквідації обмежень МУТП підприємства, балів;

V_c – середнє значення діапазону оцінки ступеня впливу обмежень МУТП підприємства, балів;

p_L, p_V – вагомість можливості ліквідації та ступеня впливу обмежень МУТП підприємства.

«Вузькі місця», що мають високий ступінь впливу та можливість ліквідації яких висока, доцільно вирішувати у першу чергу, а «вузькі місця», що не впливають на результативність реалізації стратегій та можливість ліквідації яких на даний момент відсутня чи дуже низька, будуть вирішені останніми. Шляхом градації отриманих зважених оцінок обмежень МУТП підприємства визначимо черговість їх ліквідації. За максимального значення зваженої оцінки обмеження МУТП підприємства доцільно ліквідувати в першу чергу, за мінімального – в останню.

У результаті встановлено, що при реалізації стратегії раціоналізації збуту групи товарів «молоко пастеризоване» черговість ліквідації обмежень МУТП ПАТ «Кременчуцький міськмолокозавод» доцільно обрати наступною: 1) рівень кваліфікації персоналу з продажу; 2) комерційні ризики при проведенні змін асортименту продукції; ризики відносин з бізнес-партнерами; 3) якість сировини; 4) рівень витрат на проведення рекламних заходів; рівень витрат на сировину; 5) інші обмеження.

З урахуванням черговості ліквідації обмежень МУТП підприємства варто встановлювати пріоритетність реалізації стратегій управління збутом товарних груп. Її пропонуємо визначаємо на основі коефіцієнта пріоритетності стратегій за обмеженнями (N) за формулою:

$$N = \sum_{l=1}^r \frac{1}{x_l}, \quad (2)$$

де x_l – черговість ліквідації обмежень системи МУТП підприємства, визначена за ступенем їх впливу та можливістю ліквідації;

l – кількість обмежень системи МУТП підприємства, що впливають на реалізацію набору стратегій управління збутом товарних груп.

У результаті розрахунку даного показника встановлено рекомендовану послідовність реалізації стратегій управління збутом товарних груп ПАТ «Кременчуцький міськмолкозавод»: 1) утримання ринкової ніші групи товарів «сир кисломолочний» ($N = 1,09$); 2) підтримування існуючої ринкової позиції групи товарів «сметана» ($N = 1,08$); 3) раціоналізації збуту групи товарів «молоко пастеризоване» ($N = 0,96$); 4) стимулюючого маркетингу для групи товарів «ряжанка» ($N = 0,95$).

Таким чином, застосування запропонованого підходу до визначення черговості ліквідації обмежень МУТП підприємства з урахуванням впливу обмежень та можливості їх ліквідації сприятиме підвищенню результативності реалізації стратегічного набору маркетингового управління товарними потоками підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Перебийніс В. І. Маркетингове управління товарними потоками в контексті розвитку маркетингу, менеджменту та логістики / В. І. Перебийніс, Т. М. Браславець // Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст [монографія] / за заг. ред. д. е. н., проф. Н. В. Карпенко. – Київ : Центр учбової л-ри, 2016. – С. 127–147.

В. С. Волошин, к. е. н.

Національний університет водного господарства та природокористування

МЕХАНІЗМИ ЗАХИСТУ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ З ВИКОРИСТАННЯМ ЕЛЕКТРОННИХ КЛЮЧІВ

Проблема захисту економічної інформації з використанням електронних ключів є надзвичайно поширеною в наш час. Основною передумовою, при цьому, стало швидкий розвиток інформаційних та електронних технологій, які з одної сторони дозволяють створювати новітні продукти, а з іншої – починають створювати проблеми щодо захисту власних електронних документів та даних.

Суб'єктами, на яких проблема справляє негативний вплив є учасники електронного документообігу – користувачі послуг

електронного цифрового підпису (ЕЦП), зокрема фізичні та юридичні особи незалежно від форми власності [1]. Слід зазначити, що центри сертифікації ключів виконують функції технологічного посередника у системі електронного документообігу, учасниками якої можуть бути суб'єкти господарювання та органи державної влади [2].

На сьогоднішній день електронні ключі широко застосовуються у наступних галузях:

- підприємницької діяльності – для внутрішнього використання та врегулювання відносин у системі В2В (бізнес для бізнесу);
- у суспільному житті – для перевірки надійності джерел подачі інформації у системі С2С (споживач для споживача);
- взаємовідносин бізнесу і населення та держави – В2РР (бізнес для суспільних відносин) та В2G (бізнес для держави);
- державного управління – у відомчих та міжвідомчих системах документообігу, державних реєстрах;
- банківського сектору.

Взагалі, електронний цифровий підпис – це вид електронного підпису, отриманий у результаті криптографічного перетворення набору електронних даних, який додається до цього набору або логічно з ним поєднується і дає змогу підтвердити його цілісність та ідентифікувати особу [3]. Схеми побудови цифрового підпису можуть бути сформовані на основі алгоритмів симетричного або асиметричного шифрування.

Визначимо методи захисту, які застосовуються до електронних даних економічних систем:

- маркування файлів зі списками авторизованих користувачів;
- встановлення паролів для потенційного користувача;
- захист від електромагнітного випромінювання,
- шифрування інформації, що надсилається по каналах зв'язку;
- фізичне блокування кімнати, що містить комп'ютер;
- створення резервних копій;
- використання ліцензійного програмного забезпечення.

Систематизуємо основні механізми захисту економічної інформації з використанням електронних ключів.

1. Економічний механізм – полягає у виділенні необхідної кількості фінансових ресурсів для вирішення питань безпеки. Цей принцип поширюється на будь-який аспекти економічної системи, та дозволяє знизити помилки розробки та налагодження програмного забезпечення доступу до даних. При цьому застосовуються такі методи, як інтерактивне інспектування програмного забезпечення та фізичний огляд обладнання, що реалізує механізми захисту.

2. Механізм заборони доступу до інформації – по замовчанню усім особам заборонено доступ, крім тих, які пройшли ідентифікацію з використанням електронних ключів.

3. Загальносистемний контроль доступу – кожний елемент такої системи повинен взаємодіяти з іншими чітко дотримуючись встановлених інструкцій.

4. Відокремлення механізмів захисту від захисних ключів – захист економічної інформації не повинен залежати від незнання потенційних зловмисників, а, скоріше, від наявності конкретних, більш надійно захищених ключів або паролів. Крім того, будь-якому недовірливому користувачеві може бути дозволено переконатись, що система, яку він збирається використовувати відповідає його цілям.

5. Мінімізація прав доступу – кожна програма та кожен користувач системи повинні працювати з найменшим набором можливостей, необхідних для виконання роботи. У першу чергу, цей принцип обмежує збитки, які можуть бути наслідком аварії або помилок. Це також зменшує кількість потенційних взаємодій між інформаційними системами та користувачами.

На сьогоднішній день програмна реалізація асиметричних криптографічних методів захисту можлива у PGP – комп'ютерна програма, також бібліотека функцій, що дозволяє виконувати операції шифрування цифрового підпису повідомлень, файлів та іншої інформації, поданої в електронному вигляді. PGP має безліч реалізацій, сумісних між собою і з багатьма іншими програмами (GnuPG, FileCrypt та інші) завдяки стандарту OpenPGP (RFC 4880), але вони мають різний набір функціональних можливостей. Існують реалізації PGP для всіх найбільш поширених

операційних систем. Крім вільно розповсюджуваних реалізацій є ще й комерційні [4].

Використання даного програмного забезпечення дозволяє шифрувати електронні повідомлення з інтеграцією у поштові програми, наприклад Mozilla Thunderbird. При цьому використовуються два ключа – відкритий та закритий, за допомогою яких листи шифруються і дешифруються. Одержувач повинен знати відкритий ключ, для цього відправник може його розмістити у мережі Інтернет, наприклад на своєму сайті (сторінці у соціальних мережах), або розіслати звичайним листом всім потенційним одержувачам електронних повідомлень. Даний механізм реалізований на основі асиметричних методів шифрування.

Наукова і практична новизна розглянутих механізмів захисту економічної інформації з використанням електронних ключів, полягає у систематизації основних сфер застосування ЕЦП та виявлення проблемних аспектів передачі даних у глобальних мережах. Застосування електронних цифрових підписів є невід'ємною частиною економічного розвитку, а також важливим інструментом впровадження електронного врядування, що є особливо важливим у наш час проведення реформ пов'язаних із децентралізацією органів управління.

Список використаних інформаційних джерел

1. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг»: за станом на 03 вер. 2015 р. / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Київ : Парлам. вид-во, 2015.
2. Акредитований центр сертифікації ключів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://acskidd.gov.ua>. – Назва з екрана.
3. Електронний цифровий підпис // Центр інформаційних технологій ІТ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cit.ks.ua/usts/esc.html>. – Назва з екрана.
4. Програмное обеспечение для шифрования PGP [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.symantec.com/ru/ru/encryption>. – Назва з екрана.

Т. О. Герасименко, магістр
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Інформаційна система – це сукупність організаційних і технічних засобів для збереження та обробки інформації з метою забезпечення інформаційних потреб користувачів [2].

В сучасних умовах ефективного управління діяльністю торговельного підприємства неможливе без впровадження інформаційних систем та технологій. А тому, автоматизація діяльності торговельного підприємства відбувається відповідно до одного з трьох можливих варіантів:

- 1) розробка інформаційної системи власними силами;
- 2) придбання універсальної системи чи пакету прикладних програм;
- 3) аутсорсинг, тобто делегування функцій та повноважень щодо ведення інформаційних технологій зовнішнім організаціям.

Враховуючи особливості підприємств торговельної галузі, інформаційна система управління торговельним підприємством повинна володіти наступними властивостями [1]:

- 1) збереження – мінімізація витрат на введення інформаційної системи;
- 2) надійність – гарантування збереження і доступності даних за будь-яких технічних несправностей і забезпечення ефективного захисту даних від несанкціонованого доступу;
- 3) можливість росту – масштабованість, можливість розширення;
- 4) ступінь автоматизації різних видів діяльності – повнота автоматизації всіх видів діяльності, а не лише бухгалтерії;
- 5) інтуїтивність інтерфейсу – можливість користувача розібратися в інтерфейсі без опису;
- 6) можливість інтеграції з електронним документообігом – реалізація функції документообігу в системі чи можливість інтеграції зі зовнішньою системою документообігу;

7) адаптованість до клієнта – ступінь узгодженості властивостей системи з потребами клієнта;

8) доступна ціна.

Необхідність пристосування інформаційної системи до існуючого торгового процесу та наскрізне охоплення автоматизацією усіх етапів бізнес-процесу від обліку товарів до розрахунків з клієнтами, потребує включення до ІС таких модулів як управління складом, товарооборотом, управління взаємними розрахунками та ціноутворенням.

Необхідність узгодження роботи цих модулів та їх вихідних інформаційних потоків, потребує використання методологій моделювання бізнес-процесів, які дозволять комплексно та наочно описати роботу усіх об'єктів інформаційної системи.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кунегин С. В. Информационные системы в экономике : [учебник] / Кунегин С. В. – Москва, 1996. – 382 с.
2. Мюллер-Штеванс Г. Информационная технология и управление предприятием [Электронный ресурс] / Г. Мюллер-Штеванс, С. Ашванден // Проблемы теории и практики управления. – 1998. – № 1. – Режим доступа: http://vasilievaa.narod.ru/rpu/16_1_98.htm. – Название с экрана.

Д. Горбунова, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ПРИБУТОК, ЯК ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Підприємство функціонує завдяки безперервному кругообігу коштів, які розподіляються, використовуються, витрачаються як ресурси і одержуються, як доходи. Тому, фінансова діяльність підприємства не може існувати без таких грошових відносин, як: структура капіталу, фінансування підприємства, розрахунки з персоналом підприємства, постачальниками матеріально-технічних ресурсів, державними органами та споживачами.

Прибуток як поняття в економіці з'явилося разом з товарно-грошовими відносинами та розвитком інституту приватної влас-

ності. Значення прибутку співпадає з валовим доходом, який в свою чергу поділяється на такі три категорії як: доходи від капіталу, землі та праці. Тоді дохід розцінювали, як винагороду за надану послугу у господарстві.

Зі зміною часу змінювалось і поняття прибутку, А. Сміт виокремлював три поняття, перше: прибуток, як закономірний результат продуктивності капіталу. Друге: прибуток, як винагорода капіталісту за його ризикову діяльність. Третє: прибуток, як відрахування з частини неоплаченої праці робітника.

К. Маркс вважав, що прибуток – це є прояв реалізованої додаткової вартості [4].

Що стосується сучасності, то Гриньова В. М. і Коюда В. О. стверджують, що прибуток – це перевищення доходів над витратами, і прибутком може вважатися тільки та частина доданої вартості, що створена в результаті реалізації продукції (товарів), виконання робіт, надання послуг [2].

Поддєрьогін А. М. вважає, що прибуток – це частина отриманого на вкладений капітал чистого доходу підприємства, що характеризує його винагороду за ризик підприємницької діяльності. Існування прибутку пов'язане з необхідністю первинного розподілу додаткового продукту [3].

Як було зазначено, що прибуток з'явився з появою товарно-грошових відносин, тоді його відносять до фінансового результату від операційної діяльності підприємства, та джерела задоволення потреб суб'єктів господарювання що диктує сучасна ринкова економіка.

Тобто вся сутність прибутку зводиться, як до джерела задоволення потреб, оскільки саме ці потреби і є інтересами, які досягаються за допомогою цілей, завдань та коштів, які дають змогу задовольнити потреби конкретного споживача [1].

Таким чином прибуток, можна розглядати як:

- мета існування підприємства, основний спонукальний мотив до здійснення господарської діяльності підприємства;
- економічний розвиток держави. Тобто можливість виконання державної фіскальної функції, що в свою чергу здійснюється через податкову систему;

– ефективності виробничої діяльності, через рентабельність підприємства як на галузевому, регіональному і загальнодержавному рівнях.

– внутрішнє джерело формування фінансових ресурсів підприємства, що забезпечують його розвиток. Чим вищий дохід від операційної діяльності підприємства, тим більший рівень його ліквідності, самореалізація додаткових цілей на підприємстві, підвищення конкурентоспроможності підприємства і тем менша потреба у залученні додаткових коштів.

– соціальна направленість підприємства. Кошти, що оподатковуються, стають джерелом фінансування різних місцевих, регіональних, міжгалузевих та загальнодержавних соціальних програм. Крім цього, можливий розвиток соціального партнерства та соціальної відповідальності підприємства перед суспільством, своїми споживачами, постачальниками та державою.

Таким чином, прибуток, можна вважати джерелом задоволення потреб тих чи інших суб'єктів господарювання. Якщо систематизувати всі трактування прибутку, як економічної категорії, прибуток – це дохід підприємства від операційної діяльності виражений у грошовій вартості, грошова компенсація за ризик, різниця між доходами і витратами підприємства, додаткові затрати на оплату та мотивацію праці, оплату за сировину та матеріали, виробництво, реалізацію, стандартизацію, сертифікацію, контроль за якістю і асортиментом номенклатури та ефективність використання виробничих ресурсів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Блудова Г. В. Визначення різних підходів щодо трактування економічної категорії «прибуток підприємства» / Г. В. Блудова // ХНЕУ. – 2012.
2. Гриньова В. М. Фінанси підприємств : [навч. посіб.] / В. М. Гриньова, В. О. Коюда. – [3-тє вид., стер]. – Київ : Знання-Прес, 2006. – 423 с.
3. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств : [підручник] / А. М. Поддєрьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк та ін. ; кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. – [6-тє вид., перероб. та допов.]. – Київ : КНЕУ, 2006. – 552 с.

4. Маркс К. Экономическая теория / К. Маркс, Ф. Энгельс. – [2-е изд.]. – Москва : ИНФРА, 1998. – Т. 46. – 682 с.

*Т. П. Житник, к. е. н., доцент кафедри економіки та економічної теорії
Білоцерківський національний аграрний університет*

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Стан інноваційної діяльності в аграрній сфері знаходиться під впливом реалій політичної та макроекономічної нестабільності в країні, цінових і структурних диспропорцій. Розробка та реалізація дієвої стратегії інноваційного розвитку аграрних підприємств стає фундаментом сучасного управління, який покликаний збільшити інвестування інноваційних процесів, оновити технологічну, матеріально-технічну та інформаційну бази, перетворити інновації на головний чинник нарощування обсягів виробництва та сталого розвитку підприємств.

Вагомий внесок у розроблення засад стратегічного управління та економіки інновацій зробило багато зарубіжних і вітчизняних науковців. Різні теоретичні аспекти цієї проблеми висвітлені в наукових працях таких відомих зарубіжних вчених, як І. Ансофф, П. Друкер, Е. Крилатих, М. Портер, Б. Санто, К. Фрімен, Й. Шумпетер та інших. Дослідження проблем інноваційної діяльності в сільському господарстві були висвітлені в працях таких вітчизняних вчених як В. Андрійчук, А. Гальчинський, О. Гуроров, О. Гудзь, О. Красноруцький, І. Крюкової, Л. Михайлова, Ю. Лупенка, Г. Мазнев, Л. Молдован, В. Онегіна, П. Саблук, П. Стецюк, С. Тивончук, О. Ульяновченко, Л. Федулова, О. Шубравська, І. Яціва та інших.

Однак, незважаючи на наявність великої кількості наукових робіт з активізації інноваційної діяльності в аграрній сфері України, досі не конкретизовані ознаки сучасного інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств, методичні засади його оцінки, відсутня повнота та цілісність у концептуальних основах обґрунтування стратегій інноваційного розвитку підприємств, формування дієвих механізмів взаємодії всіх учас-

ників інноваційного процесу та подолання інституційного розриву між сферами продукування, комерціалізації та використання інновацій.

Аналіз розвитку аграрних підприємств України за інноваційними ознаками показав, що використання інноваційних чинників розвитку є обмеженим, скорочується наукова складова інноваційного потенціалу, а в кризових умовах слід очікувати і зменшення його фінансової складової [1]. Серед причин, що зумовлюють такий стан, відзначимо: переважання неінноваційних чинників прибутковості виробництва; низький попит на інновації з боку аграрних підприємств; недостатнє фінансування науково-технічної сфери, відсутність дієвих механізмів визначення найбільш ефективних інноваційних проектів та їх фінансування; інституційний розрив між установами наукової сфери та підприємствами агробізнесу; брак коштів у аграрних підприємств для закупівлі новацій; нерозвиненість інноваційної інфраструктури; недостатнє фінансування дослідницької роботи на підприємствах, економія на інноваційно-інвестиційних проектах; політична та економічна нестабільність тощо.

За цих умов Л. Федулова доводить, що «інноваційний розвиток, адекватний масштабам і завданням технологічної модернізації сільськогосподарського виробництва можливий при наявності належним чином організованої й ефективно функціонуючої інноваційної системи АПК». Цю систему утворює сукупність взаємодіючих інститутів – учасників процесу створення й освоєння нововведень із комплексним забезпеченням інноваційного процесу в аграрній сфері [4]. Критерієм включення до складу національної інноваційної аграрної системи (НІАС), вважаємо, має бути участь у формуванні та реалізації інноваційного потенціалу агропромислових підприємств. Головним завданням НІАС є збільшення аграрного інноваційного потенціалу, утвердження ефективних форм зв'язків між її суб'єктами з метою генерації, імплементації, реалізації інновацій та підвищення конкурентоспроможності аграрного виробництва.

Суб'єктами національної інноваційної аграрної системи є аграрні підприємства, фермерські та інші господарства, що виробляють сільськогосподарську продукцію, підприємства суміжних

галузей, наукові та освітні установи, науково-технічні об'єднання та формування, проектні установи, фінансово-кредитні установи, інформаційно-аналітичні служби, служби з реєстрації та охорони прав інтелектуальної власності, органи державної влади, що реалізують науково-технічну політику.

На разі про сформованість такої системи в економіці України говорити передчасно. Зв'язки між її суб'єктами не є стійкими, стабільними, взаємовигідними, в системі інтересів відсутнє бачення співпраці та реалізації інтересів окремих суб'єктів через взаємоузгодження інтересів з іншими.

У формуванні інноваційної системи АПК Л. Федулова виділяє регіональний контент, але не розкриває його зміст та структуру [4]. Як показав наш аналіз світового досвіду, більшість науково-технічних організаційних формувань містять регіональний аспект, тобто утворюються насамперед на певній території. Серед сучасних основних організаційних видів формувань з активізації інноваційної діяльності виділяють: науково-технічні парки (технопарки, наукові парки, промислові парки, технологічні парки); спеціальні зони (вільні економічні зони, спеціальні економічні зони, інноваційні зони); технополіси (соціотехнополіси); кластери; інноваційні трансфертні порти; інноваційні центри; інноваційні бізнес-інкубатори.

Враховуючи регіональні відмінності в агропромисловому виробництві, його науковому потенціалі, тісноту зв'язків суб'єктів НІАС на регіональному рівні, вважаємо, що на шляху розбудови інноваційної системи АПК формування регіональних інноваційних агропромислових кластерів має стати дієвим кроком. Зокрема, дослідження інноваційного потенціалу аграрної сфери науковцями ННЦ «Інституту аграрної економіки» показало нерівномірності його розподілу на регіональному рівні [2]. Так, інноваційний потенціал аграрної науки зосереджений в основному в Харківській, Київській, Одеській, Дніпропетровській, Черкаській та Львівській областях.

На сучасному етапі аграрної реформи в Україні особливе місце відводиться науковому обґрунтуванню і практичному розв'язанню комплексної проблеми – організації розвитку агро-

промислового виробництва на інноваційній основі, що передбачає використання механізмів корпоратизації та кластеризації [3].

Кластер в організації виробництва пропонується розглядати як об'єднання взаємодоповнюваних підприємств, організацій і зв'язаних з ними за географічною і функціональною ознаками органів державного управління, наукових закладів, тощо на засадах спільної діяльності на певній території з виробництва конкурентоспроможної продукції та збільшення прибутків учасників кластеру [1].

Враховуючи досліджені підходи науковців до визначення кластерів, інноваційний агропромисловий кластер ми розглядаємо як добровільні об'єднання агроформувань (виробників товарної сільськогосподарської продукції), промислових підприємств, постачальників матеріально-технічних ресурсів для сільського господарства та переробників його продукції, наукових, освітянських закладів, інформаційно-консультаційних агенцій, фінансово-кредитних установ, державних органів на засадах спільних інтересів з інноваційного розвитку аграрного сектору, прибутковості агробізнесу, продовольчої безпеки та спільної діяльності на певній території з генерації та імплементації новацій, виробництва інноваційної конкурентоспроможної продукції.

Отже, вважаємо, що для реалізації наступальної стратегії інноваційного розвитку аграрних підприємств мають бути вирішені питання фінансового забезпечення інноваційних проектів і трансферу технологій. При цьому формування ефективної системи взаємовідносин між його суб'єктами потребує розвинення економічного обґрунтування інноваційних проектів та маркетингу інноваційної продукції.

Список використаних інформаційних джерел

1. Луньова В. А. Інноваційний потенціал підприємств та державна політика / В. А. Луньова, В. М. Онегіна // Вісник ХНТУСГ (Екон. науки). – 2015. – Вип. 161. – С. 50–59.
2. Лупенко Ю. О. Інноваційне забезпечення розвитку сільського господарства України: проблеми та перспективи / Лупенко Ю. О., Малік М. Й., Шпикуляк О. Г. та ін. – Київ : ННЦ ІАЕ, 201. – 514 с.

3. Михайлова Л. І. Інноваційний менеджмент / Л. І. Михайлова, О. І. Гуроров, С. Г. Турчіна, І. О. Шарко. –2-ге вид., допов. – Київ : Центр учбової л-ри, 2015. – 234 с.
4. Федулова Л. І. Інноваційний розвиток: еволюція поглядів та проблеми сучасного усвідомлення [Електронний ресурс] / Федулова Л. І. // Економічна теорія. – 2013. – № 2. – С. 28–45. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecte_2013_2_4.pdf. – Назва з екрана.

І. С. Іщенко, аспірант

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ВИКОРИСТАННЯ ТЕОРІЇ НЕЧІТКИХ МНОЖИН ПРИ ОЦІНЦІ РИЗИКІВ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Одним з найважливіших аспектів інвестиційної діяльності є своєчасне виявлення ризиків та їх прогнозування. Враховуючи вплив невизначеності на прийняття управлінських рішень наявність значної кількості зовнішніх чинників, що можуть кардинально вплинути на підприємство та привести до збитків, а також використання неточної та неоднозначної вхідної інформації на етапах проектування інвестиційного проекту, актуальності набуває застосування нечітко-множинного підходу до оцінювання ризиків інвестиційного проекту.

Аналіз ризиків будь-якого проекту є послідовністю етапів ідентифікації ризиків, на якому виявляють можливі ризики та складають їх перелік з описом елементів; та визначення ступеня впливу ризикового фактору на проект та ймовірність його появи за допомогою кількісних та якісних методів аналізу [4]. Враховуючи, що інвестиційний проект знаходиться під впливом значної кількості ризиків результатом аналітичного етапу є таблиця зі списком ризиків, а їх аналіз потребує залучення спеціальних математичних методів, здатних працювати з якісними оцінками та враховувати високий ступінь невизначеності.

Даний метод має значну кількість переваг:

1. Дозволяє формалізувати в єдиній формі всю доступну неоднорідну інформацію (детерміновану, інтервальну, статистичну, лінгвістичну) [1, 2], що описує ризику інвестиційного проекту.

2. Формує повний спектр можливих сценаріїв розвитку інвестиційного проекту, а також дозволяє визначити його верхню та нижню межі [3]

3. Результат оцінювання ризику інвестиційного проекту може бути виражений як у точковому так і у інтервальному вигляді, що описується функцією приналежності відповідного нечіткого числа [2].

Використання нечітких множин до оцінювання ризиків інвестиційних проектів потребує проходження послідовності етапів:

1. Формування показників для кожного напрямку інвестування та визначення їх критичних та оптимальних значень.

2. Проведення експертного опитування стосовно якісного оцінювання впливу ризиків на інвестиційну діяльність торговельного підприємства та аналіз кількісних показників оцінки ризиків, що дозволить виразити оцінку ризиків нечіткими числами та сформувати функцію приналежності.

3. Побудова логіко-лінгвістичної моделі, що базується на теорії нечітких множин та дозволяє визначити ступіть впливу факторів ризику на ефективність інвестиційного проекту.

Результатом застосування методу буде вираження ризику інвестиційного проекту у вигляді нечіткого числа, що дозволить максимізувати функцію ефективності інвестиційного проекту за умов мінімізації його ризиків.

Список використаних інформаційних джерел

1. Алтунин А. Е. Модели и алгоритмы принятия решений в нечетких условиях / А. Е. Алтунин, М. В. Семухин. – Тюмень : Изд-во ТГУ, 2000. – 352 с.
2. Деревянко П. М. Сравнение нечеткого и имитационного подхода к моделированию деятельности предприятия в условиях неопределенности [Электронный ресурс] / П. М. Деревянко // Современные проблемы экономики и управления народным хозяйством : Сб. научн. статей. Вып. 14. – Санкт-Петербург : СПбГИЭУ, 2005. – С. 289–292 : Персональный сайт в Интер-

нете. – Санкт-Петербург, 2006 – Режим доступа: <http://fuzzylib.narod.ru/>. – Название с экрана.

3. Недосекин А. О. Нечетко-множественный анализ риска фондовых инвестиций / А. О. Недосекин. – Санкт-Петербург : Типография «Сезам», 2002. – 181 с.
4. Bogdan Rebiasz. Fuziness and randomness in investment project risk appraisal // Computers&Operations Research, № 34, 2007. – С. 199–210.

В. І. Лихопій, ст. викладач кафедри фінансів і кредиту;

М. К. Бублик, магістр; О. О. Дмитрук, магістр

Полтавська державна аграрна академія

ЗВІТНІСТЬ – ІНФОРМАЦІЙНА ОСНОВА АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової економіки фінансова звітність господарюючих суб'єктів стає основним засобом комунікації і найважливішим елементом інформаційного забезпечення фінансового аналізу. Будь-яке підприємство тією чи іншою мірою постійно потребує додаткових джерел фінансування.

Знайти їх можна на ринку капіталів, залучаючи потенційних інвесторів і кредиторів шляхом об'єктивного інформування їх щодо своєї фінансово-господарської діяльності, тобто в основному за допомогою фінансової звітності.

Однією з найважливіших складових процесу управління фінансово-господарською діяльністю підприємства є комплексна оцінка фінансового стану. Слід розуміти, що це процедура втілення комплексу заходів, яка включає аналіз найважливіших параметрів фінансово-господарської діяльності із застосуванням сучасних методів фінансового аналізу для забезпечення інформаційної бази прийняття обґрунтованих управлінських рішень, спрямованих на створення умов для сталого розвитку підприємства. Дослідження фінансового стану підприємства дозволяє визначити рівень його конкурентоспроможності і місце підприємства в економічному середовищі.

Фінансова звітність є необхідною і важливою складовою інформаційного забезпечення фінансового аналізу, фінансового

планування та прогнозування, основним джерелом інформації під час проведення аналізу господарської діяльності суб'єкта господарювання.

З її використанням можна не тільки зробити висновки про діяльність підприємства в минулому та розробити заходи, спрямовані на підвищення ефективності його діяльності в майбутньому, а й оцінити ефективність фінансово-господарської діяльності взагалі, вивчити та проаналізувати механізми управління власним капіталом і прибутком, що важливо для акціонерів підприємства, його потенційних інвесторів і партнерів по бізнесу.

Основними завданнями аналізу фінансового стану є [5]:

- дослідження рентабельності підприємства;
- дослідження ефективності використання майна (капіталу) підприємства, забезпечення підприємства власними оборотними коштами;
- об'єктивна оцінка динаміки та стану ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства;
- оцінка становища суб'єкта господарювання на фінансовому ринку та кількісна оцінка його конкурентоспроможності;
- аналіз ділової активності підприємства та його становища на ринку цінних паперів; визначення ефективності використання фінансових ресурсів.

Відповідно до статті 11 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» всі підприємства зобов'язані складати фінансову звітність на основі даних бухгалтерського обліку [2].

Порядок складання фінансової звітності, визнання і розкриття її елементів визначає НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». До складу фінансової звітності підприємств (крім бюджетних установ, представництв іноземних суб'єктів господарської діяльності та суб'єктів малого підприємництва, визнаних такими відповідно до чинного законодавства) включаються такі звіти: «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» (форма № 1), «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» (форма № 2), «Звіт про рух грошових коштів» (форма № 3),

«Звіт про власний капітал» (форма № 4), «Примітки до річної фінансової звітності» (форма № 5).

Неможливо переоцінити значення повної та достовірної інформації про фінансовий стан та результати діяльності підприємства для вирішення поточних та перспективних фінансово-господарських проблем. Для прийняття правильних фінансових управлінських рішень на рівні підприємства треба використовувати дані, які відповідають певним правилам, вимогам і нормам, є зрозумілими та прийнятними для користувачів. Зокрема, щоб порівняти фінансові результати, досягнуті у попередньому та поточному звітних періодах, необхідно використовувати лише порівнянні відповідні показники, тобто такі, які визначені за єдиною методологією з використанням однакових баз розрахунку, критеріїв та правил.

Отже, інформаційна база та доступні інформаційні потоки даних у використовуваних методиках оцінки і аналізу не можуть вважатися достатнім базисом для об'єктивного встановлення фінансово-економічного стану підприємства постіндустріального типу в мовах невизначеності сучасної ринкової економіки. Основу адекватної поглибленої оцінки фінансово-економічного стану сучасного підприємства повинна становити система алгоритмізації трансформованих фінансових і неформалізованих показників (індикаторів) безпосередньо підприємства та зміни загальноекономічних умов.

Список використаних інформаційних джерел

1. Деркач О. В. Проблеми аналізу фінансового стану підприємств [Електронний ресурс] / О. В. Деркач, О. П. Кавтиш // Ефективна економіка. – 2013. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2013>. – Назва з екрана.
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс] : Закон України № 996-XIV від 16 лип. 1999 р. // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
3. Зигрій О. В. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства на основі показників звітності: розрахунковий підхід /

О. В. Зигрій // Інноваційна економіка. Науково-виробничий журнал. – 2014. – № 3 (52). – С. 243–249.

4. Крищенко С. Шляхи покращення фінансового стану підприємства / С. Крищенко // Збірник наукових праць ДЕТУТ. Серія «Економіка і управління». – 2015. – Вип. 32. – С. 270– 278.
5. Сукачова М. М. Формування інформаційної бази для оцінки фінансового стану підприємства [Електронний ресурс] / М. М. Сукачова – Режим доступу: <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8550/1/%D0%A1%D0%90.pdf>. – Назва з екрана.

Т. В. Мокієнко, к. е. н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку;

*В. О. Скубій, магістр; Є. Ю. Дзюбич, магістр
Полтавська державна аграрна академія*

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Організація бухгалтерського обліку – це цілеспрямована діяльність керівників підприємства по створенню, постійному впорядкуванню та удосконаленню системи бухгалтерського обліку з метою забезпечення інформацією внутрішніх і зовнішніх користувачів.

Сутність поняття «облікова політика» з позиції різних вітчизняних та зарубіжних вчених (табл. 1).

Таблиця 1 – Сутність поняття «облікова політика» у різних літературних джерелах

Прізвище автора	Визначення поняття
Т. В. Барановська	Облікова політика підприємства має бути спрямована на розкриття творчих здібностей підприємців у підвищенні ефективності господарювання, впровадженні нових технологій для задоволення власних потреб і виконання зобов'язань перед державою
Ф. Ф. Бутинець	Облікова політика – це сукупність способів ведення бухгалтерського обліку, які були обрані підприємством

Прізвище автора	Визначення поняття
В. А. Дерій	Під обліковою політикою слід розуміти офіційно затверджене на підприємстві надане державою йому право вибору, з урахуванням його цілей, специфіки діяльності підприємства та чинних правових актів, відповідних методик та форм, техніки ведення бухгалтерського обліку
П. Житний	Облікова політика визначає ідеологію економіки підприємства на тривалий період, сприяє посиленню обліково-аналітичних функцій в управлінні підприємством, дає змогу оперативно реагувати на зміни, що відбуваються у виробничому процесі, ефективно пристосовувати виробничу систему до умов зовнішнього середовища, знизити економічний ризик і добитися успіхів в конкурентній боротьбі
С. Пушкар	Облікова політика – це конституція підприємства, яка передбачає права і обов'язки системи обліку з приводу формування інформаційних ресурсів для менеджерів
Л. Пантелейчук	Облікова політика – це сукупність облікових принципів, методів, процедур та заходів для забезпечення якісного, безперервного проходження інформації від етапу первинного спостереження до узагальнюючого – складання звітності
П. Сук	Облікова політика – це принципи і правила ведення бухгалтерського обліку на конкретному підприємстві

Аналізуючи дані табл. 1, можна зазначити, що нормативно-правові акти та науковці трактують поняття «облікова політика» як сукупність принципів, основ, домовленостей, методів, процедур і форм ведення бухгалтерського обліку з метою складання і подання фінансової звітності.

Облікова політика визначає ідеологію економіки підприємства на тривалий період сприяє посиленню обліково-аналітичної функції управління підприємством, дає змогу оперативно регу-

лювати зміну, що відбувається у виробничому процесі ефективно пристосовувати виробничу систему до умов зовнішнього середовища, знизити економічний ризик і добитися успіхів у конкурентній боротьбі.

Вибір суб'єктів формування облікової політики залежить від обсягів діяльності підприємства, кваліфікації та рівня освіти облікових працівників та наявності платіжних засобів. Формування облікової політики може відбуватися за схемою. У представленій послідовності кожен етап є необхідним, а виконання кожного попереднього забезпечує здійснення наступного.

Основне призначення і головна задача застосування підприємством облікової політики – максимально адекватне відображення діяльності підприємства, формування повної, об'єктивної і достовірної інформації про неї для ефективного регулювання цієї діяльності в інтересах бізнесу і зацікавлених осіб. Облікова політика підприємства повинна сприяти одержанню своєчасної і достовірної інформації для широкого кола користувачів. Формування облікової політики залежить від інтересів різних груп користувачів облікової інформації.

Отже, основне призначення облікової політики підприємства таке:

- упорядкування облікового процесу та лібералізація системи обліку на підприємстві;
- формування методики обліку майна, капіталу й зобов'язань, фактів господарської діяльності та результатів діяльності підприємства на основі загальноприйнятих принципів і правил;
- забезпечення повною, достовірною та неупередженою інформацією для ефективного управління фінансово-господарською діяльністю підприємства й визначення стратегії його ринку в майбутньому;
- формування та своєчасне надання інформації різним користувачам, яка міститься у звітності;
- роз'яснення користувачам внутрішньої та зовнішньої звітності конкретних правил і процедур ведення обліку та складання звітності;
- підвищення ефективності ведення обліку на підприємстві.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс] : Закон України № 996-ВР від 16 лип. 1999 р. // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
2. Загальні вимоги до фінансової звітності [Електронний ресурс] : Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 № 73 від 07 лют. 2013 р. // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>. – Назва з екрана.
3. Сергєєва Т. В. Особливості облікової політики щодо обліку розрахунків з дебіторами / Т. В. Сергєєва // Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю : Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (25 листопада 2016 р.). – Полтава : РВВ ПДАА, 2016. – С. 106–110.
4. Фінансовий та управлінський облік за національними стандартами : [підручник] / М. Ф. Огійчук, Л. О. Сколотій, М. І. Беленкова та ін. ; за ред. проф. М. Ф. Огійчука. – 7-е вид., перероб. і допов. – Київ : Алерта, 2016. – 1040 с.

Л. В. Олексенко, к. е. н., доцент;

Д. Ю. Войцеховський, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ФОРМУВАННЯ СЕРВІСНОЇ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

На сучасному етапі розвитку економіки України важливим питанням у забезпеченні стійких конкурентних переваг і підвищенні споживчого попиту є розробка та запровадження сервісної стратегії підприємств. Дана стратегія дозволяє активно використовувати інформаційні та інші технологічні нововведення.

Вагомий внесок у дослідження проблем стратегічного розвитку підприємств в умовах конкуренції зробили зарубіжні і українські науковці: І. Ансофф, Л. Балабанова, Б. Бачевський, А. Градов, А. Мазаракі, В. Сизоненко, Н. Ушакова та інші. Разом

з тим, недостатньо приділяється уваги питанням обґрунтування та реалізації сервісної стратегії на підприємствах.

Актуальність та важливість завдання полягає у формуванні та використанні ресурсного потенціалу, застосуванні методів та способів конкурентної боротьби за рахунок гнучкості у ціновій політиці, забезпеченні відповідної якості продукції, запровадженні маркетингових заходів, спрямованих на збільшення обсягів продажу та посилення конкурентоспроможності підприємств, що має бути врахованим при обґрунтуванні сервісної стратегії.

Одним із ключових елементів сервісної стратегії є формування культури підприємства, комплексного сервісного обслуговування, постійного контролю за якістю сервісу, його формами та методами. Економічний зміст сервісної стратегії полягає у задоволенні конкретної потреби споживачів. Стратегія визначається співвідношенням підприємств із чинниками зовнішнього середовища на шляху забезпечення конкурентних переваг у процесі досягнення цілей [1].

Зміст сервісної стратегії підприємств полягає у формуванні якісного сервісу, який забезпечує ефективність продажу товарів. Споживачам надається необхідна інформація про продукцію, її споживчі (експлуатаційні) характеристики, цінову пропозицію, гарантійний термін експлуатації тощо.

Сервісна стратегія формується за етапами, на яких ідентифікуються потреби споживачів у сервісі, а саме: формується безпосередньо система сервісу відповідно до продукції, що реалізується; задовольняються потреби споживачів; визначаються проблеми та недоліки щодо надання сервісу, за результатами яких здійснюється його розвиток; проводиться економічна оцінка ефективності наданого сервісу та розробляються нові напрями його розвитку [4].

Сервісна стратегія допомагає створити коло постійних споживачів підприємств, завдяки підвищенню якості сервісу. Якісне сервісне обслуговування споживачів – це сукупність робіт, метою є забезпечення правової захищеності й соціально-економічної задоволеності споживача.

Необхідно зазначити, що система управління якістю сервісу має відповідати стратегічним напрямом господарювання підпри-

емств. Важливою функцією управління якістю сервісу підприємств є мотивування персоналу, стимулювання учасників системи розподілу продукції (винагороди, преміювання, навчання персоналу тощо).

Створення інформаційного забезпечення є надзвичайно важливим елементом процесу надання якісного сервісу підприємств, оскільки воно поєднує структуризацію сервісних контактів, а також налагодження комунікацій всередині підприємства та зі споживачами [2]. Від того, наскільки обґрунтовано буде здійснено структуризацію сервісних контактів, залежатиме ефективність впровадження сервісної стратегії та функціонування сервісної системи підприємств.

Основними цілями сервісної стратегії підприємств є:

- отримання прибутку;
- стабільність фінансового становища;
- ефективність діяльності підприємства;
- зростання конкурентоспроможності товару;
- поліпшення якості сервісу.

До основних чинників, що впливають на ефективність сервісної політики підприємств слід віднести [5]:

- сегментація ринку;
- формування клієнтської бази;
- збір та систематизація ринкової інформації;
- стандартизація обслуговування;
- цінова політика у сфері сервісу;
- оперативне та стратегічне управління сервісним обслуговуванням.

Стратегічний розвиток підприємств ґрунтується на розробці та запровадженні сервісної стратегії, яка охоплює комплекс організаційно-економічних заходів, спрямованих на ідентифікацію потреб споживачів у сервісі, підбір команди, здатної забезпечити повне інформування споживачів за напрямками сервісу [3].

Подальшого розгляду потребує структуризація сервісних контактів з метою встановлення щільного зв'язку із підрозділами підприємств та споживачами за відповідними сегментами, розробка стандартів сервісу, інтеграція інформаційного, логістичного та технічного обслуговування, здійснення оцінки

якості та економічної ефективності організації сервісу за відповідними критеріями та методикою, розширення та розвиток послуг, що забезпечить стратегічний розвиток підприємствам.

Список використаних інформаційних джерел

1. Власова Н. О. Підходи до оцінки економічного потенціалу підприємства / Н. О. Власова, Н. М. Смольнякова, О. С. Маковоз // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2015. – № 1 – С. 57–59.
2. Решетняк О. Сучасні методи управління підприємством сфери послуг / О. Решетняк. – Харків : Фактор, 2012. – 544 с.
3. Сімонова В. С. Роль управління якістю торговельного обслуговування в забезпеченні конкурентоспроможності підприємств регіону / В. С. Сімонова // Економіка та держава. – 2012. – № 6. – С. 54–56.
4. Слиньков В. И. Первокласный сервис. Стратегия, тактика, оценка. Практические рекомендации / В. И. Слиньков. – Киев : КНТУ, 2011. – 272 с.
5. Шарф А. Инвестиционная привлекательность предприятий розничной торговли: методика оценки / А. Шарф // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – № 8. – С. 81–96.

Ч. М. Онеубіко, аспірант

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

СТРУКТУРА СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

На сьогодні, однією з складних та затребуваних категорій сучасної економічної науки є стратегічний потенціал. З точки зору економіки саме потенціал є узагальнюючою величиною, на основі якої можна стверджувати щодо доцільності та ефективності виробничо-господарської діяльності суб'єкта господарювання, а також про можливість реалізації стратегії організації в цілому. При цьому, стратегічний потенціал є основою при формуванні множини управлінських індикаторів, і є одним з критеріїв інвестиційної привабливості [3].

Стратегічний потенціал характеризує можливості досягнення цілей підприємства через використання різних ресурсів, а його оцінювання полягає у з'ясуванні можливостей більш ефективного застосування конкретних ресурсів.

Різноманітні аспекти дослідження потенціалу підприємства та процесу стратегічного управління ним знайшли своє відображення у роботах таких вчених, як І. Ансоф, А. Воронкова, А. Градов, Т. Йеннер, Л. Костирко, І. Отенко, Є. Попов, І. Рєпіна, Р. Фатхутдінов, О. Федонін, З. Шершньова та інші. Разом з тим, досі невирішеними залишаються питання щодо структури стратегічного потенціалу. Тому, мета даної статті полягає у виділенні основних елементів стратегічного потенціалу підприємства.

Існує велика кількість поглядів та підходів щодо визначення змісту та сутності поняття «стратегічний потенціал підприємства». Так, автор Азарова А. О. у роботі [1] розглядає стратегічний потенціал підприємства, як складну, динамічну, поліструктурну систему, яка має свої закономірності розвитку, від уміння використання яких у вирішальному ступені залежить ефективність діяльності підприємства. Автором відзначено, що стратегічний потенціал підприємства визначається його реальними можливостями в тій чи іншій сфері діяльності підприємства; не стільки наявними можливостями, скільки навичками різних категорій персоналу до його використання з метою виробництва товарів, здійснення послуг, отримання максимального доходу (прибутку) і забезпечення ефективного функціонування суб'єкта господарювання; формою підприємництва і її адекватною організаційною структурою [1].

Розглянемо існуючі моделі формування стратегічного потенціалу підприємства. Отже, в основі концептуальної моделі формування стратегічного потенціалу підприємства, яку запропоновано автором у роботі [4], лежить взаємозв'язок між внутрішнім і зовнішнім середовищем підприємства і адаптація потенціалу внутрішнього середовища підприємства до потенціалу зовнішнього. Автор зазначає, що, оскільки, підприємство в умовах ринкової економіки є відкритою системою, яка постійно взаємодіє із зовнішнім середовищем, то і стратегічний потенціал під-

приємства формується під впливом зовнішнього середовища. При цьому, автор обґрунтовує наявність трирівневої структури стратегічного потенціалу:

Стратегічний потенціал підприємства

1 рівень

Внутрішній потенціал

Зовнішній потенціал

2 рівень

- виробничий;
- інноваційний;
- трудовий;
- матеріальний;
- фінансовий;
- потенціал споживачів;
- постачальників;
- конкурентний;
- посередників;
- інших партнерів

3 рівень

- науково-технічний;
- основних фондів;
- оборотних фондів;
- управлінський;
- логістичний;
- інформаційний;
- інвестиційний.

Але, цей поділ стратегічного потенціалу підприємства доводить, що його необхідно вивчати ще враховуючи функціональний та процесний підхід.

На думку авторів роботи [5], основними складовими стратегічного потенціалу є виробничий потенціал; управлінський потенціал; ринковий потенціал.

Автор у роботі [2] стратегічний потенціал підприємства розглядає як сукупність стратегічних ресурсів (тобто такої їх сукупності, що використовуються з метою забезпечення стратегії розвитку). Розподіл ресурсів і зв'язків між елементами страте-

гічного потенціалу повинен забезпечувати його відповідність обраній стратегії розвитку, зокрема конкурентній стратегії.

При цьому, функціональна структуризація потенціалу підприємства є традиційною. За такого підходу основні зусилля спрямовуються на орієнтування функціональних підрозділів підприємства, а саме: виробництва, персоналу, менеджменту, фінансів, маркетингу, інформаційного забезпечення.

Існує також ще блоково-модульна структуризація потенціалу підприємства. Цей підхід ґрунтується на виділенні шести складових: системи управління, ресурсів, функцій, персоналу, компетенцій, культури. Причому в межах кожної складової виділяються елементи, що мають стратегічне значення.

Отже, проведений аналіз наукових робіт щодо структури стратегічного потенціалу підприємств дозволяє зробити наступний висновок, що досі не існує єдиного погляду на сутність та зміст поняття «стратегічний потенціал підприємства». Однак об'єктивно доведено, що він має взаємозалежить та взаємодіє зі здатностями підприємства до розробки та реалізації стратегій для забезпечення свого довгострокового розвитку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Азарова А. О. Математичні моделі та методи управління стратегічним потенціалом підприємства : монографія / А. О. Азарова, О. В. Антонюк. – Вінниця : ВНТУ, 2012. – 168 с.
2. Бица В. Й. Аналіз стратегічного потенціалу як основа формування маркетингової стратегії розвитку машинобудівних підприємств / В. Й. Бица // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 6, Т. 2. – С. 203–206.
3. Валько Д. В. К вопросу о сущности и структуре стратегического потенциала организации / Д. В. Валько // Управление в современных системах. – № 2(6). – 2015. – С. 7–18.
4. Кібук Т. М. Стратегічний потенціал підприємства (на матеріалах підприємств металургійної галузі України) : автореф. дис. ... канд. екон. Наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Т. М. Кібук. – Київ : ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана», 2010. – 20 с.

5. Сохацька О. М. Методичні аспекти управління стратегічним потенціалом акціонерних товариств [Електронний ресурс] / О. М. Сохацька, О. А. Пробоїв. – Режим доступу: <http://dspace.uabs.edu.ua>. – Назва з екрана.

М. Є. Рогоза, д. е. н., професор;

В. М. Столярчук, к. т. н., доцент

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОБ'ЄКТІВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

За показниками соціально-економічного розвитку Україна значно поступається світовим лідерам і цей відрив продовжує зростати. На сьогодні менш потужним країнам відводиться роль сировинного придатку та джерела дешевої робочої сили. На їх території зосереджуються низькотехнологічні, екологічнобрудні галузі промисловості, які притаманні старим технологічним укладам. Сучасний стан соціально-економічних і політичних проблем в Україні змушує активізувати пошук шляхів забезпечення розвитку та підвищення конкурентоспроможності як вітчизняної економіки в цілому, так і її складових.

Вагома частка в економіці належить сфері обслуговування. Послугам належить близько 70 % світового виробництва (за вартістю) [1, с. 43]. Із кінця ХХ століття цей сектор економіки динамічно зростає [1–4]. Учені та практики відмічають низку тенденцій, які підтверджують розвиток сфери обслуговування: збільшення обсягів виробництва, експорту та імпорту послуг, зростання доходів від сервісної діяльності та зайнятості в цій сфері тощо [1–5]. Швидкі темпи розвитку сфери обслуговування в світі обумовлені високим ступенем розвитку промисловості та, як наслідок, забезпеченням високого рівня життя населення.

Вітчизняна сфера обслуговування характеризується значним відривом у розвитку [1–5]. Це зумовлено низкою проблем, зокрема, моральною та фізичною застарілістю матеріальної бази, недосконалістю державного регулювання та неефективністю ме-

ханізмів управління підприємствами, обмеженість фінансових, інформаційних і кадрових ресурсів [3–5]. Функціонування вітчизняних об'єктів сфери обслуговування відбувається за умови глибокої соціально-економічної кризи. Ситуацію ускладнюють сучасне високодинамічне середовище із постійно активними ринковими перетвореннями, процеси глобалізації та активна інтеграція України до світової спільноти.

Як відомо [3], функціонування сфери обслуговування у кожній країні має свої специфічні особливості та рівні економічного розвитку. Відповідно до цього, й вживаються певні заходи щодо підтримки та розвитку найбільш перспективних її сегментів. Тому розробка концептуальних засад і механізмів управління процесами розвитку вітчизняних об'єктів сфери обслуговування в умовах трансформації економіки та глобалізації світових економічних процесів набувають дедалі більшої актуальності.

Незважаючи на критичне переосмислення уявлень щодо суспільно-економічного розвитку, одностайно визнано, що він базується на нововведеннях. Саме завдяки інноваціям забезпечується розвиток найбільш швидкими темпами як національних економік, так і окремих суб'єктів господарювання. Літературні джерела засвідчують наявність значного досвіду щодо можливості орієнтації економіки на інноваційний шлях розвитку. Проте його застосування до вітчизняної економіки потребує адаптації та врахування специфічних особливостей сучасних об'єктів сфери обслуговування. Крім того, за цих умов необхідно відмовитися від доганяння лідерів і перейти до випереджаючої стратегії інноваційного прориву. Слід також врахувати, що реалізація цього завдання буде відбуватися за умов стрімкої динаміки соціально-економічних змін і процесів глобалізації. Зазначені аспекти вказують на необхідність використання принципово нових підходів до управління розвитком об'єктів.

Проведений аналіз і узагальнення інформації дали підстави зробити висновок про те, що дієвим засобом вирішення зазначених проблем є використання сучасних методів прогнозування. Детальна розробка та реалізація теоретико-методологічних і нау-

ково-практичних підходів на основі прогнозування забезпечить виявлення і обґрунтування найбільш перспективних напрямків формування ефективного управління розвитком об'єктів сфери обслуговування.

Зазначені аспекти обумовлюють важливу науково-прикладну проблему, вирішення якої має вагоме значення для економіки України. Низка теоретико-методологічних і прикладних питань стосовно модернізації та управління процесами розвитку вітчизняних об'єктів сфери обслуговування потребує подальшого вивчення та ґрунтовної розробки.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кучин С. П. Особливості та перспективи розвитку сфери послуг в Україні / С. П. Кучин, Н. В. Сарматицька // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – Бердянськ : Вид-во БУМБ, 2011. – № 3(15) : Економіка та управління національним господарством. – С. 43–46.
2. Пугачевська К. Й. Сфера послуг в Україні: особливості розвитку та стратегічні перспективи / К. Й. Пугачевська // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету : зб. наукових праць. – Одеса : МГУ, 2016. – Випуск 18 : Економіка і менеджмент. – С. 52–55.
3. Дергаль А. В. Сфера послуг в умовах трансформації економіки України / А. В. Дергаль, Н. С. Венгерська / Вісник Запорізького національного університету. – Запоріжжя : Вид-во ЗНУ, 2009. – № 1(4). – С. 118–122.
4. Петухова О. М. Розвиток інноваційної діяльності підприємств харчової промисловості (проблеми і перспективи) : дис. ... д-ра. екон. наук : 08.00.04 / Ольга Михайлівна Петухова ; Нац. ун-т харч. технологій. – Київ, 2012. – 412 с.
5. Нечаєва Н. В. Забезпечення ефективного управління персоналом підприємств курортно-рекреаційної сфери : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Наталя Валеріївна Нечаєва ; [наук. керівник В. Ф. Семенов] ; Одеський нац. екон. ун-т. – Одеса, 2012. – 148 с.

С. М. Рогоза, асистент

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇХ ОСОБЛИВОСТІ В УМОВАХ НЕСТАЙКОЇ ЕКОНОМІКИ

В сучасних умовах забезпечення розвитку вітчизняним підприємствам необхідно здійснити перехід до інноваційного типу відтворення, що можливо на засадах розробки теоретичних та методичних підходів до удосконалення організаційно-економічного механізму розвитку. Це особливо важливо не тільки для забезпечення оперативного управління, а й для процесів управління стратегічного планування. Необхідною умовою при розробці на підприємстві організаційно-економічного механізму розвитку є врахування процесів визначення сукупності економічних відносин, принципів, методів і форм організації створення, промислового впровадження та комерціалізації нововведень [1].

Формування такого механізму в умовах нестабільних процесів в економіці можливо на умовах представлення його як динамічної системи, що враховує вплив на розвиток багатьох внутрішніх і зовнішніх факторів, що охоплює всі види діяльності. Серед підходів до визначення та класифікації таких факторів можливо виділити групи за видами, що впливають на розробку або поліпшення видів продукції, технологій, процесів (виробничих, маркетингових, управлінських, зміни структури та комунікацій в управлінні, планування в різних видах) [2, 3].

Актуальність розробки механізмів розвитку в умовах нестабільної економіки має значний рівень, оскільки в таких умовах на перше місце виходить процеси аналізу середовища діяльності та ефективного моніторингу його змін. Крім того, необхідно мати на увазі, що аналіз і моніторинг потреб споживачів та змін у їхній поведінці стають основними процесами у стратегічно важливих процесах підприємства [3]. Врахування таких процесів визначає подальші підходи формування механізмів розвитку у діяльність підприємства для управління процесами стратегіч-

ного планування. Тому, формування моделей механізму розвитку для створення продукту, його серійного виробництва, доведення до споживача та впливу на його поведінку, забезпечує одержання прибутку як складової ресурсів розвитку [4, 5].

Механізм розвитку підприємства будуються на умовах забезпечення збалансованості та внутрішньовиробничої пропорційності між структурними підрозділами на інноваційній основі, що забезпечує реалізацію потенціалу підприємства та конкуренцію у створенні якісно нових технологій, форм організації виробництва, маркетингового процесу, використання кваліфікації персоналу в організації ефективного інноваційного процесу.

Серед принципів, що необхідні для ефективних форм існування механізмів розвитку необхідно виділити в такій послідовності: цілісність, адаптивність, системність. При цьому системність виступає основою для етапів розробки кожної складової механізму, оскільки необхідно враховувати вплив на кожному етапі стратегічного планування розвитку для врахування можливостей сильних і слабких сторін внутрішнього середовища для реакції на вплив зовнішнього середовища. Крім того, в процесах стратегічного планування у механізмах розвитку необхідно передбачати можливість визначення ресурсів для приймання рішення своєчасного їх перерозподілу.

Умови функціонування в конкурентному зовнішньому середовищі, яке характеризується динамічністю, мінливістю, ризиками, в стратегічній перспективі будуть висувати нові вимоги до адаптивності підприємства через здатність активно реагувати на зміни. Тому механізм управління власними ресурсами в таких задачах повинен передбачати при формуванні напрямів розвитку потенціалу підприємства підходи по формуванню такої характеристики як гнучкість, що можливо за умови формування стратегічних цілей на основі використання та формування ресурсів в процесі всього періоду планування. Незалежно від поняття розуміння складної, багатовекторної та динамічної системи розвитку врахування функціональних можливостей підприємства у механізмах пропонується для можливостей генерації перспективних змін. Тобто механізми розвитку підприємства повинні передба-

чати інструменти та напрями підвищення гнучкості, а також забезпечення бачення перспектив діяльності, що забезпечує прибутковість.

Ринкові умови диктують ситуацію, коли обсяги розвитку виробництва, інноваційна та інвестиційна діяльність повинні пов'язуватись з ефективністю, оскільки в іншому випадку механізм не буде працювати, тому суттєві проблеми на шляху подальшого розвитку можливо за умови планування орієнтованого на кінцевий результат.

Список використаних інформаційних джерел

1. Тульчинська С. О. Функціонування організаційно-економічного механізму інноваційного процесу [Текст] / С. О. Тульчинська // Стратегічні пріоритети. – 2008. – № 1(6). – С. 89–95.
2. Славута О. Ю. Організаційно-економічний механізм управління інноваційною діяльністю підприємств з виробництва курячого м'яса [Текст] / О. Ю. Славута // Економіка харчової промисловості. – 2014. – № 1(21). – С. 94–97.
3. Рогоза М. Є. Особливості формування та управління процесами стратегічного планування при інноваційному розвитку підприємства [Електронний ресурс] / М. Є. Рогоза, С. М. Рогоза // Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (15–16 листопада 2016 року, ПОЛТАВА): ЕКОНОМІКА СЬОГОДНІ: проблеми моделювання та управління (Полтавський університет економіки і торгівлі). – С. 4–6. – Режим доступу: <http://www.ek.puet.edu.ua/files/es2016.pdf>. – Назва з екрана.
4. Глобальна економічна криза 2008–2010 років: світовий досвід та шляхи подолання в Україні / Механізм адаптації підприємств до зовнішнього середовища через реструктуризацію: монографія / В. П. Антонюк, ..., М. Є. Рогоза, В. А. Ткаченко та ін.; за заг. ред. В. І. Ляшенка. – Донецьк-Київ: Юго-Восток, 2010. – 414 с. – (С. 215–226).
5. Вовк О. А. Підходи до формування організаційно-економічного механізму інноваційної діяльності на підприємстві [Електронний ресурс] / О. А. Вовк // Сучасні підходи до уп-

равління підприємством : Збірник тез доповідей VII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю, 28 квітня 2016 р. – Київ : Вид-во «Політехніка», 2016. – С. 15. – Режим доступу: http://fmm.kpi.ua/_userfiles/!%D0%9C%D0%B0%D0%BA%D0%B5%D1%82_2016_%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%BE.pdf. – Назва з екрана.

О. М. Таран, к. е. н., доцент
*Харківський національний аграрний університет
ім. В. В. Докучаєва*

ВИБІР СТРАТЕГІЧНИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА ЯК УМОВА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Функціонування в умовах переходу до ринкових відносин ставить сучасні вимоги до якісного рівня управління, характеру завдань, які при цьому вирішуються, а також до методів їх вирішення. Це у повній мірі належить до всіх без винятку суб'єктів, які самостійно господарюють. Провідну роль в підвищенні ефективності процесів управління повинно відігравати стратегічне управління, що визначається трьома елементами, що поєднують підприємство з зовнішнім середовищем:

- прогнозування майбутніх загроз та можливостей підприємства в зовнішньому середовищі;
- прогнозування характеру можливостей підприємства, необхідних для успішної діяльності та управління ними;
- адаптація розвитку підприємства до непередбачуваних змін в зовнішньому середовищі.

Стратегічне управління досить часто називають «ринковим управлінням», оскільки цим підкреслюється ринкова орієнтація підприємства. Тому стратегічне управління є фундаментом загального підходу до управління підприємством. Відомо, що високі результати мають зазвичай підприємства ініціативні, а не ті, які просто реагують на зміну умов або захищаються. Успішні підприємства здійснюють стратегічні наступи для забезпечення конкурентної переваги, а вже потім використовують свою частку ринку для досягнення переважаючих фінансових результатів.

Здатність до стратегічного управління припускає наявність таких елементів:

- вміння змодельовати ситуацію;
- здатність виявити необхідність змін;
- здатність розробляти стратегію змін;
- здатність використовувати в процесі змін надійні методи;
- здатність втілювати стратегію в життя.

Враховуючи специфіку сільського господарства аграрні підприємства працюють в умовах ризику і невизначеності [1].

Ключове значення в управлінні сільськогосподарськими підприємствами має здатність системи управління не тільки вирішувати важливі проблеми аграрного сектору, а й згладжувати негативні прояви об'єктивних за характером та специфічних для аграрного сектору факторів, а саме:

- протиріччя між економічними інтересами виробників та соціальних інтересів споживачів сільськогосподарської продукції та агропродовольства;

- неможливість швидкого реагування виробників сільськогосподарської сировини на зміну обсягів попиту споживачів, пов'язаного із сезонністю та тривалістю в часі процесу агрови-робництва;

- організаційна розрізненість сільгосптоваровиробників та складність у виробленні спільної позиції у захисті своїх інтересів порівняно із споживачами сільськогосподарської продукції – підприємствами переробної та харчової промисловості;

- економічна нерівність різних за розмірами сільськогосподарських товаровиробників [2, с. 6].

Специфічною особливістю стратегічного управління в Україні є те, що його функції у формуваннях малого агробізнесу виконують, як правило, не підготовлені до нього фахівці, а самі підприємці.

Для підприємств середнього і малого бізнесу у конкурентному середовищі неможливо обійтися без наукових методів аналізу стратегічної позиції і перспектив розвитку, оскільки зростання може відбуватися лише за умови мобілізації усіх видів ресурсів і формування виключних конкурентних переваг. Се-

редні і малі підприємства набагато мобільніші і гнучкіші, ніж великі, вони швидше реанімуються після негативних наслідків впливу зовнішнього середовища і не потребують побудови складного механізму стратегічного управління. Для підприємств які ще не мають потреби та фінансових можливостей застосувати потужні і дорогі інструменти стратегічного аналізу використовують для аналізу *метод SPACE*, який найкраще адаптований для потреб підприємств середнього та малого бізнесу, а також модель Shell/DPM [3].

Метод *SPACE* (Strategic Position and Action Evaluation) являє собою комплексний метод, призначений для аналізу позиції на ринку і вибору оптимальної стратегії для середніх і малих підприємств. За допомогою цього методу оцінюють конкурентну позицію, вибирають відповідну стратегію, визначають напрями змін найважливіших показників, виокремлюють ключові чинники зростання підприємства, які вимагають пріоритетної уваги в реалізації обраної стратегії.

Для підтвердження достовірності визначення існуючої стратегії підприємства використовують модель Shell/DPM. Фундаментальна ідея цієї моделі полягає у тому, що загальна стратегія підприємства повинна забезпечувати підтримання балансу між грошовим надлишком і його дефіцитом шляхом розвитку нових перспективних видів бізнесу. Як і багато інших моделей стратегічного аналізу та планування, модель Shell/DPM є описово-інструктивною. Це означає, що менеджер чи аналітик може використовувати модель як для опису фактичної або очікуваної позиції, що визначається відповідними показниками, так і для визначення можливих стратегій.

У моделі Shell/DPM також може враховуватися час. Керівнику, який бажає побачити зміни після певного періоду часу, потрібно лише скористатися базою даних для кожного періоду і порівняти результати. Необхідно зазначити, що ця модель є особливо ефективною для візуалізації змін і розвитку стратегічних позицій у часі, оскільки вона не прив'язується до фінансових показників, і тому не підвладна впливу факторів, які можуть обумовити виникнення помилок (наприклад, інфляції) [4].

Сучасні підприємства, усвідомлюючи важливість стратегічної поведінки на ринку, яка дозволить їм досягти довгострокового успіху і отримати ряд стійких конкурентних переваг у майбутньому в нестабільних і мінливих умовах середовища своєї діяльності, все частіше звертаються до інструментів стратегічного управління. Від їх якості залежить обґрунтований вибір і ефективна реалізація стратегій підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Муляр Т. С. Впровадження стратегічного підходу в управління аграрними підприємствами АГРОСВІТ № 24, 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.agrosvit.info/pdf/24_2015/3.pdf. – Назва з екрана.
2. Стратегія розвитку аграрного сектору економіки (на період до 2020 року). – Київ : Нац. наук. центр «Ін-т аграр. економіки», 2012. – 17 с.
3. Гордієнко П. Л. Стратегічний аналіз : навч. посіб. / П. Л. Гордієнко, Л. Г. Дідковська, Н. В. Яшкіна. – 2-ге вид, перероб. і допов. – Київ : Алерта, 2008. – 478 с.
4. Матриця спрямованої політики (модель Shell/DPM) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://msd.in.ua/matricya-spryamovano%D1%97-politiki-model-shell-dpm/>. – Назва з екрана.

В. В. Хобта, студент

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ОБґРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Функціонування суб'єктів господарювання у сучасних економічних умовах має певні особливості, головною з яких є їх інтеграція у процес глобалізації. За цих умов національні підприємства поступаються іноземним, оскільки закордонні суб'єкти господарювання, що все більше насичують український споживчий ринок, є більш інноваційні та конкурентоспроможні.

На сучасному етапі конкурентний споживчий ринок характеризується стрімким зростанням потреб споживачів, що свідчить про посилення конкурентної боротьби, зміцнення позицій конкурентів та скорочення термінів впровадження інноваційних процесів [1, с. 68]. Конкуренція змушує суб'єктів господарювання перманентно здійснювати маркетингові дослідження суперників, ухвалювати обґрунтовані управлінські рішення, що зумовлюють подолання негативних наслідків їхнього конкурентного тиску та сприяють стабільному розвитку суб'єкта господарювання в умовах посилення конкуренції, тобто забезпечують його конкурентоспроможність на споживчому ринку.

Конкурентоспроможність є однією із центральних категорій сучасної економічної науки, з якою традиційно пов'язують успішність функціонування суб'єктів господарювання, ефективність та стабільність розвитку ринкового механізму в цілому. Конкурентоспроможність підприємства найчастіше пов'язують з такими властивостями як: здатність виготовляти конкурентоспроможну продукцію, надавати якісні послуги, спроможність до продуктивного та ефективного використання ресурсного потенціалу, впроваджувати інновації, забезпечувати розвиток у перспективі, здатність задовольняти зростаючі потреби споживачів тощо.

За нашим переконанням, конкурентоспроможність підприємства можна визначити як спроможність суб'єкта господарювання краще забезпечувати пропозицію товарів чи послуг, порівняно із конкурентами, за рахунок надання товарам чи послугам специфічних властивостей за умов дотримання стандартів якості.

З метою підвищення конкурентоспроможності підприємства, важливе значення має виявлення, обґрунтування і класифікація чинників та резервів, що обумовлюють її рівень. За ступенем залежності від підприємства, весь набір чинників можна поділити на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх чинників можна віднести: умови інвестування в галузі, регіоні, країні; тенденції технічного розвитку; рівень конкуренції; ресурсозабезпеченість тощо [1, с. 98].

Під внутрішніми чинниками розуміють: впровадження у виробництво нової техніки, прогресивної технології, дієвих економічних стимулів; підвищення кваліфікаційного рівня працівників; формування системи конкурентних відносин у діяльності персоналу тощо. Вони можуть регулюватися на рівні підприємства у цілому, структурного підрозділу, первинного колективу і робочого місця.

Основними чинниками, які визначають конкурентоспроможність підприємства, також є: стратегія підприємства, наявність матеріальних, трудових, фінансових ресурсів, інноваційний потенціал, частка ринку, ефективність менеджменту, випуск конкурентоспроможної продукції, послуг.

Швидкість, ефективність, оригінальність, орієнтація на споживача, якість та продуктивність – це чинники, які можуть привести до зайняття підприємством більш вигідної конкурентної позиції, у тому числі у глобальній економічній системі. Необхідність постійного дотримання належного рівня фінансового стану як підприємств, так і галузі, зумовлюється об'єктивно наявними для кожного суб'єкта господарювання завданням забезпечення стабільності функціонування та досягнення головних цілей своєї діяльності.

До основних напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємства на сучасному етапі з урахуванням глобалізаційних тенденцій нами віднесено:

- ґрунтовне вивчення запитів споживачів та аналіз конкурентів;
- формування маркетингової стратегії;
- створення нової продукції, послуг;
- покращення якісних характеристик продукції;
- модернізація техніко-технологічної бази;
- удосконалення обслуговування у процесі купівлі продукції та післяпродажного сервісу;
- підвищення якості управління;
- удосконалення зв'язків із зовнішнім середовищем;
- удосконалення організації інноваційної діяльності;
- впровадження нових інформаційних технологій;

- дослідження ресурсомісткості кожного товару за стадіями його життєвого циклу;
- розвиток логістичних процесів на підприємстві тощо.

Таким чином, з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств необхідно розробляти і впроваджувати комплексну систему заходів, спрямованих на забезпечення якості продукції та послуг. Розвиток конкурентного споживчого ринку потребує створення умов щодо підвищення рівня пропозиції високоякісних товарів та послуг, а також забезпечення публічності і інформаційної відкритості ринку за цінами і якістю послуг. Це забезпечить споживачам можливість вільного вибору продукції та послуг, зробить ціну і якість предметом конкуренції.

На наш погляд, ключовим аспектом щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства у сучасних умовах та у контексті інтеграційних процесів має стати розробка та імплементація механізму «ціна-якість», що дозволить стимулювати дослідження попиту на різні категорії продукції та послуг і здійснювати аналіз рівня конкуренції, підвищувати якість пропонованих товарів та послуг, знаходити оптимальний баланс між їх ціною і якістю.

Список використаних інформаційних джерел

1. Безпарточний М. Г. Обґрунтування механізмів забезпечення ефективного розвитку торговельних підприємств України : монографія / М. Г. Безпарточний. – Полтава : ПП «Видавництво Арта», 2015. – 280 с.
2. Безпарточний М. Г. Формування конкурентного середовища господарювання торговельних підприємств на споживчому ринку України / М. Г. Безпарточний // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка» : збірник наукових праць. – Мукачево : Видавництво «Карпатська вежа», 2015. – Випуск 1(3). – С. 61–67.
3. Bezpartochnyi M. Use of cluster analysis to ensure the effective functioning and development of retail / M. Bezpartochnyi, M. Živitere, V. Riashchenko // Innovative approaches in the management of competitiveness of businesses: collective monograph / edited by A. Berezin, M. Bezpartochnyi, in 2 vol. / ISMA University

О. О. Гречана, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Функціонування вітчизняних підприємств неможливе без розробки і впровадження інновацій в процеси виробництва, управління, планування їх господарської діяльності. Цілком справедливим є висновок щодо безпосередньої залежності ефективності підприємства від результатів науково-технічного прогресу (НТП). Як відомо, всі досягнення НТП ґрунтуються на інноваційній діяльності. Інноваційна діяльність – діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок, яка зумовлює, зокрема, випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів та послуг [1].

У законодавчих актах України визначено такі напрями інноваційної діяльності:

- проведення наукових досліджень і розробок, спрямованих на створення об'єктів інтелектуальної власності, науково-технічної продукції;
- розробка, освоєння, випуск і розповсюдження принципово нових видів техніки і технологій;
- розробка і впровадження нових ресурсозберігаючих технологій, призначених для поліпшення соціального й екологічного стану;
- технічне переозброєння, реконструкція, розширення, будівництво нових підприємств;
- освоєння виробництва нової продукції;
- впровадження нової технології [1].

Основними факторами виникнення інновацій є: поява нових технологій, формування нового галузевого сегменту, зміни в умовах конкуренції, суттєві зміни в складі власників підприємств, зміни в державному регулюванні умов підприємницької діяльності [2].

Основним стимулом до нововведень є отримання нової доданої вартості та високих прибутків від модернізації виробництва,

впровадження наукових знань та інформації, високих технологій. Вдало прийняті інноваційні рішення значною мірою визначають майбутні, насамперед, економічні можливості підприємства і його місце на ринку на тривалий період. Вони закладають і зміцнюють основи подальшого розвитку підприємства [4].

Не менш важливим є вплив інновацій і на тактику підприємства, оскільки вони спрямовані на впровадження більш досконалої техніки, технології – сприятливої структуризації поточних виробничих витрат шляхом оптимізації витрати сировини, матеріалів, паливно-енергетичних ресурсів, витрат на ремонт, обслуговування і т. д.

Ефективні технічні, організаційні та економічні нововведення неодмінно призводять до помітних позитивних змін у соціальних процесах на підприємстві [3].

Однак рішення про впровадження інновації на підприємстві значною мірою залежить від самого підприємства, від його сприйняття інновацій, величини його інноваційного потенціалу. Це поняття є концептуальним відображенням феномену інновацій.

Оскільки здійснення інноваційної діяльності безпосередньо пов'язане із фінансовим станом суб'єктів господарювання і сприяє формуванню витрат, пов'язаних із реалізацією нововведень, то серед причин, що стримують розвиток інноваційної діяльності підприємств, потрібно, насамперед, відзначити: дефіцит фінансових ресурсів; високі кредитні ставки; особливості економічного менталітету нових власників підприємств; тяжкий економічний стан більшості підприємств; монополізацію певних економічних сфер; макроекономічну нестабільність, що підвищує рівень ризику.

Більшість невдач із виведення інноваційної продукції на ринок спеціалісти пояснюють тим, що інновації виникають на базі нових знань, а не потреб, у той час, як споживачам необхідні не стільки нові товари, скільки нова корисність [3].

Отже, в ринковій економіці перевагу отримують ті підприємства, які швидко й активно запроваджують нововведення. Це дозволяє їм розширити ринки збуту своєї продукції, завоювати

нові сегменти ринку, а в разі освоєння принципово нових нововведень – тимчасово зайняти домінуюче положення на ринку нової продукцію, що безпосередньо пов'язано з можливістю отримання підприємством значно більших прибутків, порівняно з іншими підприємствами.

В умовах трансформаційної економіки вирішальною умовою розвитку й стабільності підприємств є ефективність їх інноваційної діяльності. При цьому результативність інноваційної діяльності прямо залежить від того, наскільки точно проведено оцінку ефективності інновацій, наскільки адекватно визначено її методи.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дудар Т. Г. Інноваційний менеджмент / Т. Г. Дудар, В. В. Мельниченко. – Київ : ЦУЛ, 2009. – 256 с.
2. Економіка підприємства : навч. посіб. / за ред. П. В. Круш, В. І. Подвігіна, Б. М. Сердюк. – 2-ге вид., стереотип. – Київ : Ельга, 2009. – 780 с.
3. Микитюк П. П. Інноваційний менеджмент / П. П. Микитюк. – Київ : Центр навч. л-ри, 2007. – 400 с.
4. Стадник В. В. Інноваційний менеджмент / В. В. Стадник. – Київ : Академвидав, 2006. – 464 с.

А. Ю. Ципліна, магістр

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Важливим елементом продуктивних сил і головним джерелом розвитку економіки є люди, їх майстерність, освіта, підготовка, мотивація діяльності. Існує непересічна залежність конкурентоспроможності економіки, рівня добробуту населення від якості трудового потенціалу персоналу підприємства, організації.

Персонал підприємства формується та змінюється під впливом внутрішніх факторів – це характер продукції, яка випускається на підприємстві, технології та організації виробництва; під

впливом зовнішніх факторів – це демографічні процеси, юридичні та моральні норми суспільства, характеру ринку праці.

Від забезпечення підприємства кваліфікованими кадрами, раціонального їх використання залежать організаційно-технічний рівень виробництва, імідж підприємства, його фінансова стабільність, усі показники діяльності підприємства.

Результати господарської діяльності підприємства залежать від ефективності використання живої праці – найбільш вирішального фактору виробництва, тому що підприємство створилося самою людиною для задоволення її потреб. Забезпеченість підприємства трудовими ресурсами, їх раціональне використання, високий рівень продуктивності праці сприяють збільшенню обсягів виробництва продукції, ефективному використанню устаткування, обладнання, машин, механізмів, зниженню собівартості та зростанню прибутку [2].

Метою дипломної роботи є вивчення цілей та завдань кадрової політики, основ управління персоналом, засобів управління персоналом, гнучкого управління кадрами, оцінки персоналу з метою аналітичного дослідження ефективного використання трудових ресурсів на підприємстві для виявлення напрямків покращення їх використання.

Для висвітлення завдань дипломної роботи в першу чергу слід знати, що являють собою трудові ресурси та персонал підприємства.

Трудові ресурси – це частина працездатного населення, що за своїми віковими, фізичними, освітніми даними відповідає тій чи іншій сфері діяльності.

Персонал – колектив працівників або сукупність осіб, що здійснюють трудові функції на основі трудового договору (контракту) [3]. Персонал підприємства являє собою сукупність постійних працівників, що отримали необхідну професійну підготовку та мають досвід практичної діяльності.

На підприємстві працюючі поділяються на дві групи:

- персонал основної діяльності, або працівники, які зайняті на основних, допоміжних, обслуговуючих виробництвах;
- персонал невиробничої діяльності – це працівники, які не зв'язані з процесами виробництва, але знаходяться на балансі підприємства, тобто працівники соціальної інфраструктури.

У відповідності з характером виконуваних функцій персонал підприємства поділяється на чотири категорії:

– керівники – це працівники, що займають посади керівників підприємств та їх структурних підрозділів;

– спеціалісти – це працівники, що займаються інженерно-технічними, економічними та іншими роботами;

– службовці – це працівники, які здійснюють підготовку та оформлення документації, облік та контроль, господарське обслуговування;

– робітники – це працівники, які беруть безпосередню участь у створенні матеріальних цінностей [4].

Робітники поділяються на основних – це ті, які беруть безпосередню участь у створенні продукції, та допоміжних – це ті працівники, які займаються допоміжними та обслуговуючими роботами на підприємстві [1].

Сучасний бізнес передовсім базується на управлінні. Якщо люди – це основа виробництва, то управління ними відіграє головну роль в діяльності підприємства. Як організує керівник управління персоналом, так і буде працювати підприємство. Ефективне управління приведе до бажаних успіхів та до досягнення головної місії підприємства – це максимальне отримання прибутку. Тому висвітлення питань, пов'язаних з управлінням персоналу на сучасному ринковому рівні господарювання, заслуговує уваги.

Список використаних інформаційних джерел

1. Балабанова Л. В. Управління персоналом : [навч. посіб.] / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – Київ : Професіонал, 2006. – 512 с.
2. Економічний аналіз : навч. посіб. / за ред. М. Г. Чумаченка. – Київ, 2001. – 540 с.
3. Енциклопедія «Вікіпедія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Персонал>. – Назва з екрана.
4. Національний класифікатор України «Класифікатор професій» – ДК 003:2005 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dtkk.com.ua/documents/dovidnyk/kl-prof/>. – Назва з екрана.

В. О. Царицина, магістр кафедри економіки підприємства та економічної кібернетики
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ІННОВАЦІЇ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Функціонування вітчизняних підприємств неможливе без розробки і впровадження інновацій в процеси виробництва, управління, планування їх господарської діяльності. Цілком справедливим є висновок щодо безпосередньої залежності ефективності підприємства від результатів науково-технічного прогресу (НТП). Як відомо, всі досягнення НТП ґрунтуються на інноваційній діяльності. Інноваційна діяльність – діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок, яка зумовлює, зокрема, випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів та послуг [1].

У законодавчих актах України визначено такі напрями інноваційної діяльності:

- проведення наукових досліджень і розробок, спрямованих на створення об'єктів інтелектуальної власності, науково-технічної продукції;
- розробка, освоєння, випуск і розповсюдження принципово нових видів техніки і технології;
- розробка і впровадження нових ресурсозберігаючих технологій, призначених для поліпшення соціального й екологічного стану;
- технічне переозброєння, реконструкція, розширення, будівництво нових підприємств;
- освоєння виробництва нової продукції;
- впровадження нової технології [1].

Основними факторами виникнення інновацій є: поява нових технологій, формування нового галузевого сегменту, зміни в умовах конкуренції, суттєві зміни в складі власників підприємств, зміни в державному регулюванні умов підприємницької діяльності [2].

Основним стимулом до нововведень є отримання нової доданої вартості та високих прибутків від модернізації виробництва, впровадження наукових знань та інформації, високих технологій. Вдало прийняті інноваційні рішення значною мірою визначають майбутні, насамперед, економічні можливості підприємства і його місце на ринку на тривалий період. Вони закладають і зміцнюють основи подальшого розвитку підприємства [4].

Не менш важливим є вплив інновацій і на тактику підприємства, оскільки вони спрямовані на впровадження більш досконалої техніки, технології – сприятливої структуризації поточних виробничих витрат шляхом оптимізації витрати сировини, матеріалів, паливно-енергетичних ресурсів, витрат на ремонт, обслуговування і т. д.

Ефективні технічні, організаційні та економічні нововведення неодмінно призводять до помітних позитивних змін у соціальних процесах на підприємстві [3].

Однак рішення про впровадження інновації на підприємстві значною мірою залежить від самого підприємства, від його сприйняття інновацій, величини його інноваційного потенціалу. Це поняття є концептуальним відображенням феномену інновацій.

Оскільки здійснення інноваційної діяльності безпосередньо пов'язане із фінансовим станом суб'єктів господарювання і сприяє формуванню витрат, пов'язаних із реалізацією нововведень, то серед причин, що стримують розвиток інноваційної діяльності підприємств, потрібно, насамперед, відзначити: дефіцит фінансових ресурсів; високі кредитні ставки; особливості економічного менталітету нових власників підприємств; тяжкий економічний стан більшості підприємств; монополізацію певних економічних сфер; макроекономічну нестабільність, що підвищує рівень ризику.

Більшість невдач із виведення інноваційної продукції на ринок спеціалісти пояснюють тим, що інновації виникають на базі нових знань, а не потреб, у той час, як споживачам необхідні не стільки нові товари, скільки нова корисність [3].

Отже, в ринковій економіці перевагу отримують ті підприємства, які швидко й активно запроваджують нововведення. Це дозволяє їм розширити ринки збуту своєї продукції, завоювати нові сегменти ринку, а в разі освоєння принципово нових нововведень – тимчасово зайняти домінуюче положення на ринку нової продукцію, що безпосередньо пов'язано з можливістю отримання підприємством значно більших прибутків, порівняно з іншими підприємствами.

В умовах трансформаційної економіки вирішальною умовою розвитку й стабільності підприємств є ефективність їх інноваційної діяльності. При цьому результативність інноваційної діяльності прямо залежить від того, наскільки точно проведено оцінку ефективності інновацій, наскільки адекватно визначено її методи.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дудар Т. Г. Інноваційний менеджмент / Т. Г. Дудар, В. В. Мельниченко. – Київ : ЦУЛ, 2009. – 256 с.
2. Економіка підприємства : навч. посіб. / за ред. П. В. Круш, В. І. Подвігіна, Б. М. Сердюк. – 2-ге вид., стереотип. – Київ : Ельга, 2009. – 780 с.
3. Микитюк П. П. Інноваційний менеджмент / П. П. Микитюк. – Київ : Центр навч. л-ри, 2007. – 400 с.
4. Стадник В. В. Інноваційний менеджмент / В. В. Стадник. – Київ : Академвидав, 2006. – 464 с.

СЕКЦІЯ 6. ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ МОДЕРНІЗАЦІЇ І РОЗВИТКУ КООПЕРАЦІЇ

*В. В. Іванова, д. е. н., професор
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»*

ОРГАНІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ У СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Споживчій кооперації завжди були властиві механізми підприємництва. Основною проблемою для неї є збереження створеної системи, підвищення ефективності діяльності.

Однією з проблем, на вирішення якої повинні бути спрямовані механізми економічної політики споживчої кооперації, є її конкурентоспроможність. Такі конкурентні переваги системи як матеріально-технічна база, кадри, сформовані господарські зв'язки, повинні бути використані в повній мірі для забезпечення можливості вирішення питань щодо всіх видів діяльності споживчої кооперації, в тому числі впровадження ефективного маркетингу, залучення інвестицій.

Реалізація всього вищевикладеного передбачає:

- постійний моніторинг ринку для визначення існуючого і перспективного попиту на товари і послуги;
- визначення конкурентних переваг підприємств системи;
- створення прогресивних організаційно-економічних механізмів;
- пріоритетний розвиток ефективних виробництв;
- пошук нових ідей;
- багатокритеріальний аналіз даних діяльності окремих підприємств і системи в цілому;
- моделювання проблем і визначення методів їх вирішення;
- оцінку і впровадження досвіду організацій-конкурентів;
- оцінку і впровадження інновацій;
- прогноз коливань кон'юнктури ринку;
- аналіз комерційного рейтингу партнерів і конкурентів;

- підготовку і проведення рекламної компанії;
- постійний контроль за змінами в законодавстві та податковій політиці.

Реалізація цих завдань передбачає наявність і обробку значного обсягу різнобічної інформації. Аналіз інформаційного простору України свідчить про наявність вузьких відомчих інформаційних систем, ізольованості їх інформаційних ресурсів, відсутності комплексної систематизованої інформації про реальний стан внутрішнього і зовнішнього ринків.

Для більшості підприємств споживчої кооперації практично неможливо самостійно сканувати ринок в пошуках інформації, особливо за межами регіону і країни в цілому. У той час, коли системний моніторинг і сканування кон'юнктури внутрішнього і зовнішнього ринків дає можливість оперативно коригувати економічну політику, формувати оптимальну стратегію діяльності, вивести нові товари на ринок, виробити рекомендації стосовно реклами та її обґрунтування.

Це обумовлює необхідність створення інформаційних баз даних на рівні споживчих спілок областей, які повинні забезпечити підприємства споживчої кооперації достовірною та оперативною інформацією про стан економічного розвитку окремих підприємств, регіонального ринку, галузі, економіки країни та зарубіжжя.

Серед функцій, які повинні бути покладені на такі структури, можна виділити такі: моніторинг внутрішнього і зовнішнього ринків; дослідження розвитку попиту на окремі види продукції; організація інформаційно-методичного забезпечення досліджень; формування спеціальних джерел інформації про ринки окремих видів товарів; постійне спостереження за динамікою зміни цін і асортименту.

Для організації оперативного доступу до інформації слід використовувати можливості Інтернету через створення сайтів обласних споживчих спілок і організації доступу до них підприємствам споживчої кооперації.

Створення самих інформаційних структур в обласних споживчих союзах, які б займалися інформаційною підтримкою підприємств системи споживчої кооперації на рівні області і, як

наслідок, на рівні країни, вимагають додаткових грошових витрат. Організація їх діяльності пов'язана також з наявністю відповідних кадрів і, перш за все, виникає нагальна потреба введення в штат посади заступника голови з питань інформації та маркетингу.

Крім того обласним споживчим спілком можна запропонувати:

- удосконалити стимулювання інформаційної діяльності;
- орієнтувати свою діяльність на формування єдиного інформаційного простору системи споживчої кооперації на основі об'єднання інформаційних структур районів і областей;
- створити сприятливі умови для вільного доступу до інформації;
- збільшити фінансування розробок для створення інформаційної складової інфраструктури системи;
- розробити комплекс заходів щодо підготовки і підвищення кваліфікації кадрів в сфері надання інформаційних послуг;
- розробити і прийняти документи про порядок поширення інформації та інформаційних продуктів, а також механізму доступу до інформаційних ресурсів;
- розробити регіональні програми розвитку інфраструктури товарних ринків.

Запропонований підхід до організації збору та використання інформації вплине на підвищення якості управлінських рішень, і як наслідок, сприятиме підвищенню конкурентоспроможності всієї системи споживчої кооперації.

*О. М. Корнієнко, к. е. н., доцент; С. О. Жилко, аспірант
Запорізький національний технічний університет*

ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Поява глобальних мереж зв'язку, і в першу чергу – Інтернет, привела до справжньої революції в області організації і ведення комерційної діяльності. Перетворення торкнулися як зовнішніх відносин між компаніями і їх партнерами або клієнтами, так і внутрішньої структури самих компаній. З'явилися не тільки нові

напрями ведення бізнесу, але і принципово змінилися ті, що вже існують. Проте в Україні Інтернет знаходиться в зачатковому стані, і могло б показатися, що інтернет торгівля у нас не розвинена. І це дійсно так. Інтернет портали можна перерахувати по пальцях. Представництва крупних компаній в мережі виконують тільки іміджеву функцію.

В Україні з урахуванням її специфіки найбільші перспективи має розповсюдження B2B напряму електронного бізнесу. Слід зазначити, що і в країнах, де електронна комерція набула найбільш широкого поширення, на цей вид електронного бізнесу доводиться близько 80 % його загального об'єму. Але навіть і в цих країнах з подальшим просуванням в Інтернет-бізнес крупних компаній реального сектора експерти зв'язують новий етап розвитку електронної комерції.

Основні вигоди від участі в електронній комерції підприємства реального сектора отримують в результаті:

- збільшення об'ємів реалізації вироблюваної продукції;
- підвищення ефективності унаслідок зниження комерційних витрат (завдяки Інтернет-комерції продавці отримують повну інформацію про запити клієнтів. Це дозволяє відмовитися від дорогого складського зберігання товару);
- зниження витрат на придбання матеріально-технічних ресурсів.

У вітчизняних підприємств і їх клієнтів існують наступні потреби, які можуть бути задоволені за допомогою B2B-проектів:

1. Покупці устаткування і комплектуючі дістають можливість понизити ціну в результаті конкуренції між виробниками і, таким чином, отримати економічну вигоду. З іншого боку, виробники рідкісного устаткування можуть підвищити ціну в результаті конкуренції покупців. В цілому можна сказати, що в результаті функціонування торгової системи реалізується ефективніше ціноутворення, ніж у разі окремих операцій, рознесених в часі і просторі, коли може виникати монопольна перевага в результаті асиметрії інформації [1].

2. Реалізація механізму швидкого пошуку пропозицій на покупку і продаж устаткування і що комплектують забезпечує значне зниження витрат, що пов'язаних з цією процедурою, ма-

ють невиробничий характер. Слід зазначити, що знижуються витрати як з боку виробників, так і з боку споживачів (реклама, зв'язок і додатковий персонал), відпадає потреба у використанні широкої посередницької мережі.

3. У підприємств існує можливість здійснювати планування виробництва, маючи в своєму розпорядженні при цьому розгорнену картину ринку, значно понизивши при цьому витрати на маркетингові дослідження. Так, наприклад, цьому сприяє статистика, що безперервно накопичується, про існуючі об'єми виробництва і збуту продукції [2].

Іншим стимулом впровадження сучасних інформаційних технологій матеріально-технічного постачання є економія витрат при придбанні виробничих ресурсів (машин, устаткування, сировини і матеріалів, палива, енергії і тому подібне). За даними компанії Anderson Consulting, у сфері реальної економіки впровадження Інтернет-систем інтеграції каналів постачань дозволяє понизити вартість вироблюваної продукції на 5–15 % – в зв'язку, 11–20 % – при виробництві комп'ютерів, 29–39 % – електронних компонент, 3–5 % – харчових добавок, 15–25 % – в лісопереробці, 3–5 % – у вантажних перевезеннях, 10–15 % – в ЗМІ і рекламі, 5–15 % – в нафтогазовій і 11–15 % – в сталеливарній промисловості [3].

Таким чином, робота в Інтернет-просторі сприятиме ефективнішому виходу підприємств і організацій держав-учасників СНД в світовий торговельно-економічний простір, створивши додаткові можливості для:

- отримання доходів від транзитних проектів;
- встановлення тривалих і стабільних економічних відносин;
- зміцнення позитивного іміджу держав-учасників СНД на світовій арені як регіонального співтовариства, що формує цивілізований ринок на сучасній правовій і технологічній основі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Копитько Т. Електронна комерція: впровадження європейських норм ведення бізнесу / Т. Копитько // Маркетинг в Україні. – 2006. – № 2. – С. 61.

2. Сніжної Г. В. Електронні торгові системи для підприємств / Г. В. Сніжної // Актуальні питання удосконалення фінансово-кредитного механізму в Україні : Зб. наук. пр. наук.-практ. конф., Запоріжжя, 29–30 трав. 2003. – Запоріжжя, 2003. – [Вип. 3]. – С. 56–60.
3. Співробітництво з світовою організацією торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Tags/DocumentsByTag?lang=uk-UA&tag=SpivrobitniststvoZSvitovoiuOrganizatsiieiuTorgivli>. – Назва з екрана.

Т. С. Кукліна, к. е. н., доцент; **В. А. Корнієнко**, аспірант
Запорізький національний технічний університет

ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Глобальна мережа вміщує великі обсяги найкорисніших правових, економічних, наукових та інших відомостей, які слугують інформаційною базою для ведення бізнесу, досліджень тощо. На сьогоднішній день сучасний бізнес характеризується постійним зростом можливостей компаній – постачальників, що у свою чергу призводить до зросту глобальної конкуренції та поліпшення якості товарів та послуг. Відбуваються зміни способів організації та керування бізнесом, відбувається реінжиніринг (модернізація) бізнес-процесів та впровадження систем автоматизації. В сучасних умовах господарювання існують величезні потоки інформації, які необхідно раціонально використовувати та направляти для досягнення цілей організації [1]. Для успішного ведення бізнесу все частіше залучаються комп'ютерні системи та мережі тобто можна сміливо сказати, що відбувається нова промислова революція.

Розвиток комп'ютерних інформаційних систем та телекомунікаційних технологій призвело до формування нового виду економічної діяльності – електронного бізнесу, а саме ведення електронної комерції.

Системи електронної комерції дозволяють покупцеві не спілкуватися з продавцем, не витратити час на ходіння по туристич-

них фірмах, а також мати більш повну інформацію про товари. Продавець може швидше реагувати на зміну попиту, аналізувати поведінку покупців, заощаджувати кошти на персонал, оренду приміщень тощо.

Не будучи єдиною технологією, електронна комерція в Інтернеті характеризується різнобічністю. Вона об'єднує широкий спектр бізнес-операцій, які включають в себе [2]: обмін інформацією; встановлення контактів; перед- і післяпродажну підтримку; продаж товарів і послуг; електронну оплату, в тому числі з використанням електронних платіжних систем; поширення продуктів; можливість організації віртуальних підприємств; здійснення бізнес-процесів, спільно керованих компанією та її торговельними партнерами.

Он-лайнний туризм стає на сьогодні одним з найбільш ефективних вертикальних ринків, де більш ніж половина угод укладаються через мережу Internet.

Туристичні послуги в Internet включають служби замовлень квитків, служби резервування місць в готелях та турів, інформацію про тури, Internet-представництва туристичних компаній. Переваги використання даної мережі для суб'єктів туристичного ринку України очевидні: вона дає необмежений доступ до інформації, дозволяє заощаджувати кошти при міжміських і міжнародних переговорах, надає інформацію про передові технології, дозволяє обмінюватися думками з колегами. Слід також зазначити, що реклама в мережі Internet дешевша за звичайну, а в більшості випадків ефективніша, оскільки спрямована на цільову аудиторію. Це важливо для виробників туристичних послуг в Україні, які займаються в'їзним міжнародним туризмом, тому що не тільки економить кошти, але й дозволяє ознайомити іноземних громадян з туристичними програмами про найбільш цікаві місця та міста України [1].

За рівнем представлення в мережі туристські ресурси класифікують наступним чином:

- сайти загального призначення з туристичними розділами;

- спеціалізовані туристичні портали і сайти (туристичні портали та каталоги <https://catalog.online.ua>, <http://mandrivka.net>, <http://turua.info> та інші);
- глобальні системи бронювання (Галілео, Амадеус, Сирена, Сабре);
- сайти фірм-туроператорів (Тез-тур, Наталі-інтурс, Анекстур, Корал тревел та ін.);
- сайти туристичних агентств (catalog.online.ua, poihaluznamu.com, travel-tours.com.ua та інші);
- сайти готелів (booking.com, skyscanner.com, hotelhunter.com);
- особисті сторінки мандрівників (theworldoftourismm.blogspot.com, mazko.ru, dikarem.net, openmind.com.ua).

Можливості e-commerce в Інтернеті для туристичних фірм привносять такі нові елементи в сучасний бізнес: зростання конкуренції; глобалізація сфер діяльності; персоналізація взаємодії; скорочення каналів розповсюдження товарів; економія витрат [3].

Таким чином, інформаційний і туристичний ринки повинні задовольняти потреби всіх категорій споживачів, які бажають отримати туристичну послугу, а держава – підтримувати і сприяти розвитку як традиційних туристичних підприємств, що орієнтуються на клієнтів, які надають переваги особистому спілкуванню під час придбання послуги, так і віртуальних фірм, які можуть задовольнити потреби клієнтів, що надають переваги Інтернет-технологіям.

Список використаних інформаційних джерел

1. Самойленко К. В. Використання принципів інформаційної логістики в системі збуту туристичних продуктів [Електронний ресурс] / К. В. Самойленко. – Режим доступу: file:///C:/Users/mt/Downloads/vcpiay_2013_52_26.pdf. – Назва з екрана.
2. Шаховалов М. М. Інтернет-технології в туризмі [Електронний ресурс] / М. М. Шаховалов. – Режим доступу: <http://infotour.in.ua/shahovalov21.htm>. – Назва з екрана.

3. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти / С. В. Мельниченко // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – № 2(6). – С. 129–138.

О. В. Манжура, д. е. н., проректор з науково-педагогічної роботи
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

О. В. Гаркуша, к. е. н., керуючий відділенням
«Столичне» АТ «ОТП Банк» м. Київ

В. І. Клименко, к. е. н., доцент
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

КООПЕРАТИВНА СИСТЕМА ЄВРОПИ В БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Кооперативні банки є основою різноманітності Європейського банківського сектору. За даними Європейської асоціації кооперативних банків (ЕАСВ) у Європі налічується 3 135 кооперативних банків, вони займають близько 20 % ринок банківських депозитів та позик, обслуговують 209 мільйон клієнтів – близько половини населення ЄС, мають 80,5 мільйонів членів, що дає підстави говорити про їх основну роль у європейській економіці.

Особливістю кооперативних банків Європи є відсутність єдиної універсальної моделі, яка у всіх деталях є притаманною кожному кооперативному банку. Європейський кооперативний сектор є «спільнотою з відмінностями», оскільки існує єдиний набір базових принципів, а практична діяльність у багатьох сферах різниться. Це зумовлює гнучкість кооперативної моделі, можливість її адаптації до умов конкретного бізнес-середовища. Базовими засадами функціонування кооперативних банків є: створення на засадах кооперації шляхом внесків (майнових та грошових) його засновників не для отримання прибутку, а з метою взаємодопомоги своїм членам; рівний та вільний доступ до кре-

дитних ресурсів членів банку; формування вигідної для членів тарифно-цінової політики тощо [1, с. 167].

Кооперативна банківська система Європи, як правило, характеризуються пірамідною структурою. В її основі знаходяться місцеві, регіональні банки з мільйонами членів. Місцеві кооперативні банки володіють регіональними банками, а регіональні банки – центральною установою.

Банківські кооперативні групи деяких країн організовані як дворівнева система (місцеві банки – центральні установи), а інших – як трирівнева система (місцеві банки – регіональні банки – центральні установи). Роль центральної установи, яке спільно належить місцевим або регіональним банкам чітко визначена. Її фундаментальні завдання полягають у забезпеченні ліквідності в межах групи, забезпеченні готівкою, клірингових послугах місцевим та регіональним кооперативним банкам. Вона також служить платформою для доступу до національних центральних банків.

Формальна побудова кооперативних банківських мереж передбачає дві моделі: базову та інтегровану. В базовій моделі співпраця між членами обмежена, але кооперативні банки спільно володіють центральною установою, яка зазвичай забезпечує ліквідність мережі, розрахунково-касове обслуговування, доступ до національного центрального банку та фінансових ринків. Ця модель характерна кооперативними банками у Польщі чи Угорщині.

Більшість спільних банківських груп в Європі організовані за інтегрованою моделлю. Вона характеризується спільним брендом, загальною рекламою та спільними продуктами тощо. Що стосується юридичної структури, існують різні форми інтегрованих кооперативних груп з різними рівні інтеграції управління, централізованого контролю та незалежності місцевого (регіонального) банку. Однак будь-яка форма інтеграції має загальні риси однакової структура власності.

Ця модель застосовується, наприклад, компаніями Credit Agricole, Credit Mutuel, BPCE (FR), OP-Pohjola (FI), Österreichischer, Genossenschaftsverband-Volksbanken (AT), Credito Agricola (PT), Raiffeisen Luxembourg (LU).

Кооперативна модель банківництва, яка поширена в Європі, має високу довіру серед населення, є стабільною і стійкою до фінансових потрясінь, сприяє розвитку малого і середнього бізнесу. Іноземний досвід, зокрема Німеччини, свідчить, що кредитні кооперативні банки відіграють важливу роль у боротьбі з відмиванням грошей, реалізуючи екстенсивні та ефективні заходи анти легалізації.

Кооперативні банки відіграють важливу роль у фінансуванні малого і середнього бізнесу. Станом на 01.01.2017 р. найбільшу частку ринку МСБ утримують Рабобанк Нідерландів – 43,0 %, Кредіт Агріколь і Кредитне взаємне товариство (Франція) разом – 45,7 %, Австрійські Райффайзен банки – 37,0 %, Кооперативна фінансова мережа Германії – 33,4 %, Фінансова група ОР Фінляндії – 37,8 % [2].

Станом на 01.01.2017 р. активи кооперативних банків країн ЄС-27 становили 7 120,9 млрд євро. Більше половини активів кооперативних банків приходить на Францію (52,6 %, або 3 751,6 млрд євро). Другою і третьою за значущістю є Німеччина (17,07 %) і Нідерланди (9,3 %) [3].

Кооперативні банки мають потужну регіональну мережу, всього на країни-члени ЄС приходить 3 135 місцевих банків, на країни. Найбільш розгалуженою є мережа місцевих банків Німеччини (972 банка), Польщі (558), Австрійських Райффайзенбанків (434), Італії (335), Фінляндії (173), Нідерландів (103). Стійкий розвиток кооперативних банків обумовлюють такі фактори:

1. Клієнтами кооперативних банків є передусім їх власники - пайовики.

2. Кооперативні банки спеціалізуються в першу чергу на кредитуванні малого і середнього бізнесу своїх пайовиків та їх споживчих потреб.

3. Структура управління кооперативних банків підпорядковується системній ієрархічній координації у мережі на чолі з центральною інституцією, переважно у формі центрального кооперативного банку чи національної асоціації кооперативних банків та спілок.

4. Важливим аспектом побудови системи управління кооперативних банків є принцип «одна особа – один голос», що забезпечує паритетну участь усіх пайовиків в управлінні банком.

5. Розгалуженість системи дозволяє оптимізувати фінансові потоки, ефективно розподілити ризики, скоротити витрати, оптимізувати спектр банківських операцій.

6. Автономність центральних кооперативних банків забезпечує стійкість системи рефінансування, що захищає систему кооперативних банків від ефекту «доміно».

7. Наявність внутрішньосистемних гарантійних фондів, кошти яких забезпечують фінансове оздоровлення кооперативів; внутрішня консолідація, характерна для кооперативної системи і дотримання фундаментальних кооперативних принципів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Стойка В. С. Розвиток та функціонування кооперативних банків: зарубіжний досвід / В. С. Стойка // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2013. – Вип. 2. – Т. 1. – С. 165–170.
2. Heiko Hesse and Martin Čihák. Cooperative Banks and Financial Stability. International Monetary Fund, 2007. – Retrieved from: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2007/wp0702.pdf>.
3. European Association of Co-operative Banks KEY STATISTICS as on 31-12-12 (Financial Indicators) (When not specified figures refer to the Group). – Retrieved from: https://www.globalcube.net/clients/eachb/content/medias/key_figures/FINAL_Key_stats_2016_UPDATED-financial_indicators.pdf.

СЕКЦІЯ 7. СУЧАСНА ПРОБЛЕМАТИКА ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З ЕКОНОМІКИ, ЕКОНОМІЧНОЇ КІБЕРНЕТИКИ, АНАЛІТИКИ ТА КОМП'ЮТЕРНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Г. В. Карнаухова

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ВИКОРИСТАННЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ ЕКОНОМЕТРИЧНИХ ПАКЕТІВ

Підготовка фахівців з економічної кібернетики передбачає оволодіння студентами основним модельним інструментарієм сучасної економетрики та його застосування до моделювання економічних процесів. Важливими завданнями фахової підготовки є опанування сучасних методів побудови та оцінювання економетричних моделей, набуття навичок вимірювання взаємозв'язків між економічними змінними, використання результатів економетричного аналізу для прогнозування та прийняття науково-обґрунтованих рішень.

В процесі опанування курсу «Прикладна економетрика» магістри спеціальності 051 «Економіка» освітньої програми «Економічна кібернетика» використовують інструментарій сучасного прикладного аналізу не тільки з Data Analysis «Microsoft Excel» але і спеціалізований економетричний пакет EViews – одним з світових лідерів в області економетричного програмного забезпечення, що поєднує потужність і простоту використання. EViews дозволяє швидко і ефективно керувати даними, здійснювати економетричний та статистичний аналіз, генерувати прогнози, розробляти високоякісні графічні моделі і таблиці для публікації або включення в інших додатках. Завдяки інноваційному графічному об'єктно-орієнтованому користувацькому інтерфейсу, EViews поєднує краще з сучасної технології програмного забезпечення з функціями складного механізму аналізу.

Але в наш складний час, коли сучасне виробництво потребує самостійних, творчих фахівців, ініціативних підприємливих, здатних приносити прибуток, пропонувати і розробляти ідеї, знаходити нетрадиційні рішення і реалізовувати економічно вигідні проекти слід звернути увагу на сучасне кросплатформне спеціалізоване економетричне забезпечення з відкритим кодом.

Gretl – крос-платформений програмний пакет для економетричного аналізу, написаний мовою Сі за ліцензією GNU General Public License, що має наступні особливості:

Багато методів оцінювання: найменших квадратів (LS), максимальної правдоподібності (ML), узагальнений метод моментів (GMM), метод одного рівняння і систем рівнянь;

Інструментарій для аналізу часових рядів: ARIMA, широкий спектр одновимірних GARCH-моделей, VAR і VECM (включаючи структурний VAR), тести на одиничні корні і коінтеграцію, фільтр Калмана тощо;

Моделі з обмеженою залежною змінною: логіт, пробіт, моделі зі зміщенням відбору (Тобіна, Хекмана тощо), інтервальна регресія, моделі тривалості тощо;

Оцінювання панельних моделей, включаючи інструментальні змінні, пробіт і динамічні панелі на основі узагальненого методу моментів (GMM);

Видача результатів в форматі LaTeX;

Містить потужну вбудовану скриптову мову hansl, що містить значну кількість функцій для програмування і роботи з матрицями;

Циклічна структура команд для симуляцій методом Монте-Карло і ітераційних процедур оцінювання;

Графічний інтерфейс для тонкої настройки відображення графіків gnuplot;

Постійно зростаюча база для користувача функціональних пакетів, написаних на hansl;

Інтеграція і обмін даними зі статистичними пакетами GNU R, GNU Octave, Ox і Stata.

JMulTi – інтерактивне програмне забезпечення з відкритим кодом для економетричного аналізу, що спеціалізується на од-

номірному та багатоваріантному аналізі часових рядів. Він має графічний користувальницький інтерфейс Java та забезпечує засоби, за допомогою яких можна здійснити деякі економетричні процедури серії часу, що недоступні в інших прикладних пакетах. Такі процедури включають аналіз імпульсних реакцій з використанням завантажуваних довірчих інтервалів для моделювання VAR / VEC.

Отже використання широкого кола економетричних пакетів забезпечує посилення прикладного, практичного характеру системи професійної підготовки, адекватність її сучасним вимогам економіки, науки і суспільного життя.

Список використаних інформаційних джерел

1. EViews 7 User's Guide I Copyright 1994–2009 Quantitative Micro Software, LLC All Rights Reserved Printed in the United States of America [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://schwert.ssb.rochester.edu/a425/EV71.pdf>. – Назва з екрана.
2. Gnu Regression, Econometrics and Time-series Library [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gretl.sourceforge.net/>. – Назва з екрана.
3. JMulTi Time Series Analysis with Java [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.jmulti.de/>. – Назва з екрана.

Н. В. Кондратюк, к. е. н.

Харківський національний аграрний університет

ім. В. В. Докучаєва

МЕТАФОРИЧНА ДІЛОВА ГРА ЯК МЕТОД ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З МЕНЕДЖМЕНТУ

Термін «метафорична ділова гра» був введений Ж. Зав'яловою у 2004 р. для того, щоб виділити особливий клас ділових ігор з більш узагальненого поняття ділової гри [1].

Ділова гра – це метод організації активної роботи студентів, спрямований на зміну їх установки, вироблення певних рецептів ефективної роботи в професійній діяльності. Ділова гра так дозволяє організувати простір заняття, що студенти, спираючись на свої теоретичні знання та практичні вміння, можуть створити

новий продукт, який є рішенням їх реальних проблем. Ділова гра завжди має свій змістовний результат, що дуже важливо для учасників заняття [2].

Усі перераховані якості є і в метафоричній діловій гри. Унікальність її полягає в тому, що для вирішення бізнес-проблем в якості сюжету для проведення ділової гри береться метафора. Метафорою можуть служити казки, притчі, легенди, анекдоти, які за аналогією передають проблематику відносин головних героїв метафори і реальних проблем в бізнесі. Використання метафори дозволяє активізувати творчі здібності студентів, зняти блоки та стереотипи, які, можливо, вже сформувалися при невдалих спробах вирішити проблему на практиці. Переключити увагу учасників з бачення перешкод на бачення можливостей. Проведення метафоричної ділової гри дає особливу легкість в занятті, пробуджує новий запас енергії у її учасників.

Якщо викладач відпрацьовує вміння і формує навички в сфері комунікацій, там, де є взаємодія хоча б двох людей, то можна обійтися без ділової гри. Краще використовувати рольові ігри. Але якщо викладач вчить студентів самоменеджменту, самоорганізації, якщо йому потрібно змінити установку (тобто відношення) учасників до проблеми, то метафорична ділова гра стане гарним помічником. Стратегія компанії, розробка нового проекту та управління ним, а також багато інших тем розкриваються через ділові ігри. Як зробити заняття живим, захоплюючим та інтерактивним, коли немає взаємодії людей, а треба навчити студентів приймати рішення, працюючи у своєму внутрішньому просторі? Завдяки діловій грі легко справитися з цим завданням. Також викладач проводить ділову гру тоді, коли він сам не знає відповідей на питання студентів, коли в нього немає готової технології чи рецепту.

У діловій грі викладач виступає як фасилітатор: він не дає нової інформації, рецептів і порад студентам, а, організовуючи їх роботу в певному форматі, спонукає їх самих вирішити свої проблеми, відповісти на ті питання, на які до проведення ділової гри в них не було однозначної відповіді. Викладач в діловій грі виступає не як вчитель, а як організатор групового простору.

У діловій грі від викладача вимагається чітко формулювати інструкції, слідкувати за часом, стимулювати творчу активність учасників, грамотно проводити аналіз та узагальнення результатів гри. Швидко, коротко та зрозуміло писати на дошці. Сам викладач повинен бути зібраним та мобільним. Від того, в якому ритмі працює викладач, залежить і ритм ділової гри. Немає нічого гіршого від в'ялої та нудної ділової гри. коли учасники можуть навіть забути, чим вони тут займаються [3, 4].

Алгоритм ділової гри досить простий.

1 – чітко записати проблему з реального життя;

2 – виділити суб'єктів дії для вирішення проблеми;

3 – сконцентрувати увагу на відносинах між суб'єктами, їх мотивації, інтересах і бажаннях.

4 – підбирати за аналогією приклад з казки, притчі, анекдоту, історії, в якому головні герої були б пов'язані схожими взаєминами, мотивацією, інтересами або бажаннями.

5 – визначити кількість команд та їх назву.

6 – сформулювати завдання для кожної команди за аналогією з завданням-проблемою з реального життя.

Дуже важливо, щоб обидві команди отримали схожі питання, і щоб ці питання були сформульовані позитивно. Оскільки в процесі проведення ділової гри важливо вивести студентів-учасників на варіанти рішень, а не на варіанти проблем. Тепер метафорична ділова гра готова – залишилося її тільки провести.

Отже, метафорична ділова гра дозволяє змінити настрій студентів: переключити їх увагу з бачення перешкод та труднощів на бачення можливостей та готових алгоритмів дій. При цьому формується позитивне мислення та з'являються варіанти вирішення проблем, які можна застосувати в практичній діяльності.

Метафорична ділова гра включає творчу активність студентів, підсилює їх взаємодію одного з одним, прискорює процеси групової динаміки, дозволяє студентам самим вирішити свої проблемні питання, а сам викладач є організатором групового процесу та перекладачем з метафоричної мови на ділову.

Список використаних інформаційних джерел

1. Метафорическая деловая игра : практ. пособ. для бизнес-тренера / [под ред. Ж. Завьяловой]. – Санкт-Петербург : Речь, 2006. – 134 с.
2. Димитриев Д. В. Семь инструментов успеха в работе бизнес-тренера / Димитриев Д. В. – Санкт-Петербург : Речь, 2008. – 207 с.
3. Мартинова Н. С. Досвід використання активних методів навчання в системі неформальної туристичної освіти / Н. С. Мартинова // Вісник Луган. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. 2009. – № 10 (173). – С. 38–43.
4. Ділова гра як метод психологічного тренінгу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://atuasin.ru/insha/31848-dilova-gra-jak-metod-psihologichnogo-treningu.html>. – Назва з екрана.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ І ПРОЦЕСАМИ 5

<i>Іванов С. В., Рогоза М. Є., Перебийніс В. І., Вергал К. Ю.</i> Проблеми розвитку та моделі управління кооперуванням та інтеграційними процесами підприємств сільської обслуговуючої кооперації.....	5
<i>Горбунова Д.</i> Прибуток, як фінансовий результат господарської діяльності підприємства.....	16
<i>Гордієнко Я. В.</i> Аналіз стану страхового ринку України та Полтавської області	18
<i>Дейнега І. О., Лисичук І.</i> Обґрунтування вибору каналів збуту промислової продукції.....	22
<i>Драпата М. Б.</i> Корпоративна культура як спосіб управління персоналом.....	25
<i>Захарченко О. Г.</i> Фактори зменшення енергоємності транспортування насіння сояшника	28
<i>Калініченко О. В.</i> Теоретична сутність категорій «енергетичний ефект» та «енергетичний ефект в рослинництві».....	33
<i>Коробка С. О.</i> Інформаційні системи і технології на підприємствах	36
<i>Кравчук А. О.</i> Компетентність працівників як чинник конкурентних переваг	38
<i>Левчишин В. О., Нікішич С. М.</i> Сучасні аспекти управління конфліктами у колективі.....	41
<i>Лесюк А. С.</i> Особливості визначення фінансової стійкості сільськогосподарських підприємств України.....	43
<i>Макаренко Т. П.</i> Інтелектуальний аналіз ринку праці в Україні	47
<i>Мандра В. В.</i> Логістичний підхід до управління фінансовими потоками морського торговельного порту.....	50

Марченко А. А. Теоретичні підходи до оцінювання ефективності використання інтернет-технологій у діяльності підприємства	52
Мотрохіна А. Ефективність господарської діяльності підприємства	54
Онїко Т. А. Агентство «Clusteragentur Baden-Württemberg» – провайдер послуг для кластерного менеджменту федеральної землі Баден-Вюртемберг (Німеччина).....	57
Пантелеймоненко К. А. Про необхідність формування інноваційного розвитку м'ясопереробних підприємств	60
Пасічник В. В. Формування ведення реєстрів власників іменних цінних паперів в інформаційних системах.....	63
Побережнюк І. М. Фінансово-економічна безпека підприємства	64
Рогоза М. Є., Лєвошко Н. В. Наукові підходи до модернізації системи управління інтелектуально-інноваційною діяльністю підприємства	67
Сергійчук В. О. Принцип оптимального управління туристичними потоками	70
Собчишин В. М., Мунько О. В. Поділ фінансових ресурсів підприємства за критерієм права власності.....	73
Стефанюк О. Д. Використання маркетингових підходів до системи збуту сільськогосподарської продукції	75
Тронь С. П. Структура діагностики ефективності інформаційного забезпечення процесно-орієнтованого управління торговельними підприємствами.....	78
Харчук А. В., Мариніч Н. М. Актуальні аспекти соціального розвитку персоналу	83
Чайка І. П. Управління інформаційно-комунікативним простором підприємства.....	85
Чайка І. П., Чжан Шитун Управление маркетинговой коммуникационной деятельностью предприятия	88

Щербань І. І. Система автоматизованого обліку торговельного підприємства як система інформаційного забезпечення управління бізнес-процесами..... 90

СЕКЦІЯ 2. МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ І ПРОЦЕСІВ..... 93

Божко В. І. Методика декомпозиції проекту програмної підсистеми розподіленої інформаційної системи..... 93

Вергал К. Ю. Використання генетичних алгоритмів при формуванні інтегрованої структури 95

Вернигора Д. А. Особливості підходів визначення та моделювання рівня життя населення як соціально-економічної категорії 97

Глушко В. М. Економіко-математичне моделювання маркетингових досліджень на підприємстві..... 100

Грущенко М. А. Особливості перспектив розвитку торгових мереж та його моделювання..... 102

Дрожжа В. О. Моделювання розвитку сільськогосподарського підприємства 104

Ємець О. О., Барболіна Т. М. Детермінована і стохастична модель задачі максимізації рентабельності розподілу транспортних засобів між маршрутами 107

Ємець О. О., Ємець Є. М., Ванжа С. В. Огляд задач оптимізації на евклідових сполученнях в дослідженнях полтавських авторів 109

Ємець О. О., Ємець Ол-ра О., Поляков І. М. Оптимізація на розміщеннях: огляд полтавських досліджень 114

Кошель О. А., Балко В. Б. Моделювання процесів управління розвитком економічного об'єкта..... 122

Криштона О. В. Імітаційне моделювання роботи в call-centre банку 125

Кузьменко О. К., Труфанов І. А. Економіко-математичні методи і моделі розподілу та використання ресурсів на підприємстві..... 128

<i>Кузьменко О. К., Чуб В. В.</i> Моделювання ризиків інвестиційних проєктів	135
<i>Перебийніс В. І. Федірець О. В.</i> Використання теорії масового обслуговування для моделювання.....	140
<i>Рогоза В. М.</i> Методичні підходи формування інформаційних систем на технологіях забезпечення розвитку економічних об'єктів	143
<i>Сластьон С. О.</i> Проектування розподілених інформаційних систем для виробничого підприємства.....	146
<i>Шаповалов В. О.</i> Модель «Економічної людини» та концепція раціональності	149
<i>Шевченко Є. А.</i> Моделювання бізнес-процесів складської логістики підприємства.....	151

СЕКЦІЯ 3. ПРОГНОЗУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ І ПРОЦЕСІВ 154

<i>Дивнич А. В., Нестеренко О. А.</i> Обґрунтування прогнозних величин доходності при визначенні вартості ділянок ріллі у зв'язку з їх викупом для суспільних потреб чи примусовим відчуженням.....	154
<i>Юрченко А.</i> Використання авторегресійних моделей при прогнозуванні валютного курсу.....	159

СЕКЦІЯ 4. МЕТОДИ І СИСТЕМИ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ 162

<i>Даценко В. М.</i> Види підприємницьких ризиків та особливості визначення їх впливу на прийняття господарських рішень	162
<i>Дроботя Я. А.</i> Фінансові ризики залучення транснаціонального банківського капіталу.....	167
<i>Манько В. В.</i> Формування та моделювання процесів інноваційного розвитку підприємств	169
<i>Політько Д. В.</i> Обґрунтування напрямів використання прибутку підприємства	173

<i>Самсонов В. В.</i> Вплив зелених інновацій в логістиці.....	176
<i>Сухорада А. С.</i> Мотивація праці як засіб ефективного функціонування підприємства	178

СЕКЦІЯ 5. ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ ТА СИСТЕМ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ..... 181

<i>Алькама В. Г., Кучмєєв О. О.</i> Напрямки удосконалення інформаційного забезпечення логістичної діяльності підприємств оптової торгівлі.....	181
<i>Аровеле Віктор Олусола.</i> Формування системи електронної комерції на торговельних підприємствах	186
<i>Безпарточний М. Г., Оніщенко Д. О.</i> Обґрунтування напрямів фінансового забезпечення оновлення техніко-технологічної бази підприємства	189
<i>Борисова І. С., Гришина В. І., Савельєва А. О.</i> Показники ліквідності та фінансової стійкості в системі аналізу діяльності суб'єкта господарювання	192
<i>Браславець Т. М.</i> Вплив обмежень на процес реалізації стратегічного набору маркетингового управління товарними потоками підприємства.....	195
<i>Волошин В. С.</i> Механізми захисту економічної інформації з використанням електронних ключів	198
<i>Герасименко Т. О.</i> Особливості використання інформаційних систем для автоматизації діяльності підприємств роздрібної торгівлі	202
<i>Горбунова Д.</i> Прибуток, як фінансовий результат господарської діяльності підприємства.....	203
<i>Житник Т. П.</i> Механізм формування стратегії інноваційного розвитку аграрних підприємств	206
<i>Ищенко І. С.</i> Використання теорії нечітких множин при оцінці ризиків інвестиційного проекту торговельного підприємства	210

<i>Лихоній В. І., Бублик М. К., Дмитрук О. О.</i> Звітність – інформаційна основа аналізу фінансового стану підприємства	212
<i>Мокієнко Т. В., Скубій В. О., Дзюбич Є. Ю.</i> Організація облікової політики на підприємстві.....	215
<i>Олексенко Л. В., Войцеховський Д. Ю.</i> Формування сервісної стратегії для стратегічного розвитку підприємств.....	218
<i>Онубіко Ч. М.</i> Структура стратегічного потенціалу підприємств.....	221
<i>Рогоза М. Є., Столярчук В. М.,</i> Проблеми та перспективи розвитку об'єктів сфери обслуговування.....	225
<i>Рогоза С. М.</i> Формування механізмів розвитку підприємства та їх особливості в умовах нестійкої економіки.....	228
<i>Таран О. М.</i> Вибір стратегічних позицій підприємства як умова ефективного управління	231
<i>Хобта В. В.</i> Обґрунтування напрямів забезпечення конкурентоспроможності підприємства.....	234
<i>Гречана О. О.</i> Роль інновацій у забезпеченні ефективності діяльності підприємства.....	238
<i>Ципліна А. Ю.</i> Ефективне управління персоналом на підприємстві.....	240
<i>Царицина В. О.</i> Інновації як основа розвитку підприємства	243

СЕКЦІЯ 6. ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ МОДЕРНІЗАЦІЇ І РОЗВИТКУ КООПЕРАЦІЇ 246

<i>Іванова В. В.</i> Організація інформаційних потоків у споживчої кооперації	246
<i>Корнієнко О. М., Жилко С. О.</i> Використання електронної комерції в підприємницькій діяльності	248
<i>Кукліна Т. С., Корнієнко В. А.</i> Використання електронної комерції в галузі туризму.....	251

Манжура О. В., Гаркуша О. В., Клименко В. І.

Кооперативна система Європи в банківському секторі:
досвід для України 254

**СЕКЦІЯ 7. СУЧАСНА ПРОБЛЕМАТИКА ПІДГОТОВКИ
ФАХІВЦІВ З ЕКОНОМІКИ, ЕКОНОМІЧНОЇ
КІБЕРНЕТИКИ, АНАЛІТИКИ ТА
КОМП'ЮТЕРНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ
ТЕХНОЛОГІЙ 258**

Карнаухова Г. В. Використання спеціалізованих
економетричних пакетів 258

Кондратюк Н. В. Метафорична ділова гра як метод
підготовки фахівців з менеджменту 260

Наукове видання

ЕКОНОМІКА СЬОГОДНІ: ПРОБЛЕМИ МОДЕЛЮВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ

МАТЕРІАЛИ

**VII Всеукраїнської науково-практичної
інтернет-конференції**

Головний редактор *М. П. Гречук*
Комп'ютерне верстання *Г. А. Бжікян*

*Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 15,7.
Тираж 10 пр. Зам. № 014/1205.*

*Видавець і виготовлювач
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,
к. 115, вул. Коваля, 3, м. Полтава, 36014; ☎ (0532) 50-24-81*

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.*