

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

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

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

Наукове видання

Тези доповідей
**XXVII МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ
MicroCAD-2019**

У чотирьох частинах
Ч. III.

Харків 2019

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

Scientific publication

Abstracts
**XXVII INTERNATIONAL
SCIENTIFIC-PRACTICAL
CONFERENCE
MicroCAD-2019**

The four parts
P. III.

Kharkiv 2019

ББК 73
I 57
УДК 002

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

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

Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXVII міжнародної науково-практичної конференції MicroCAD-2019, 15-17 травня 2019 р.: у 4 ч. Ч. III. / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХПІ». – 425 с.

Подано тези доповідей науково-практичної конференції MicroCAD-2019 за теоретичними та практичними результатами наукових досліджень і розробок, які виконані викладачами вищої школи, науковими співробітниками, аспірантами, студентами, фахівцями різних організацій і підприємств.

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

Тези доповідей відтворені з авторських оригіналів.

ISSN 2222-2944

ББК 73

© Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
2019

ЗМІСТ

Секція 13. Застосування комп'ютерних технологій для вирішення наукових і соціальних проблем у медицині	4
Секція 14. Економіка, менеджмент та міжнародний бізнес	62

СЕКЦІЯ 13. ЗАСТОСУВАННЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ВИРІШЕННЯ НАУКОВИХ І СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ У МЕДИЦИНІ

ABOUT THE POSSIBILITY OF THE CLUSTER ANALYSIS APPLICATION FOR THE COMPARISON OF TIME SERIES

Antonova I.V., Chikina N.A.
National Technical University
«Kharkiv Polytechnic Institute», Kharkiv

When analyzing time series describing the dynamics of the same statistical indicator characterizing the state of the studied system, the actual task is to compare these series. The task is carried out with the aim of identifying among them groups with «similar» indicator dynamics. In order to obtain more complete information about the possible states of the object under study, the authors considered several eventual approaches to solving this problem.

Let the system state S in each time point t be characterized by the indicators $x(t), y(t), \dots, z(t)$. Identification of possible system states can be carried out either on each of these indicators or on their any set depending on research purposes. The similar situation takes place, for example, when determining the risk factors totality or forming the risk groups of diseases development, etc.

Suppose that there are time implementations $X_j(t) = \{x_{ij}(t)\}$, $j = \overline{1, m}$, $i = \overline{1, n}$ for the indicator $x(t)$. It is known that the image of the time series in the clusters form is one of the best representations of its main characteristics. Therefore, the solution of this task was carried out by means of the cluster analysis as a method revealing an internal structure of the data set. The K-means and Hierarchical clustering methods were applied. For the real available time series, quite close results were obtained for these two methods.

The results of cluster analysis were checked for adequacy. For this purpose, a pairwise comparison of the available time series was carried out for simple methods to evaluate their proximity. In this case, the usual Euclidean distance was used. Also of interest was the application of the method of identifying the longest common sequence on a set of specified time series and sequences with a general trend. According to the test results, it can be concluded that the quality of the results of the cluster analysis is quite high when solving the problem of time series comparing.

Such researches show that the joint learning of two or more time series makes it possible to describe the object of study more adequately. In addition, it allows one to construct a short-term forecast of such characteristics of its dynamics as time trends, bursts, and their duration and amplitude.

MOBILE APPLICATION FOR BLOOD DONOR'S MANAGEMENT USER'S INTERFACE

**Didmanidze Ibraim, Kakhiani Gregory, Didmanidze Didar, Giorgadze Mirian
Batumi Shota Rustaveli State University, Batumi**

Today many people have necessity of blood and mainly, they spread out this information in social media to find blood donors. Statistics showed that donor requirements around the world are very frequent, although needs are satisfied occasionally and very late [1]. That's why I decided to build app which would help medical institutes to inform people about blood necessity easily and to find blood donor. At first, I was searching for existing solutions _ applications with similar purposes and fuctions, after that I read user reviews and realized which services are useful and fruitful for users [2]. Most of users from reviews require simple user interface without extra information, because of frequent bugs [3].

According to essential services I decided to build android application, so that sending notifications to the donors will be easier and more effective. Also, users will be available to share their location to our application, it's vital information to make donation in time. Main part of our users will be volunteers who has desire to give blood and save life . During registration they will give to medical institutions information about their blood type and adress. According to compatability and hospital location they will receive notifications about blood needs. Rest part of users will be representatives of medical institutes, they will register volunteers as users after convincing that they are able to give blood and of course, they will indicate donor needs in our application and after that compatible users will receive notifications about blood necessity.

The screenshot shows a web application interface for medical institutions. The browser address bar displays 'Secure | https://idonate1517.firebaseio.com'. The page title is 'I Donate'. A search bar is present with the text 'Search'. Below the search bar, there are input fields for 'tester@gmail.com' and a password field with '*****', and a 'Sign out' button. The main content area is titled 'Users' and shows a table with 3 entries. The table has columns for birthday, bloodtype, city, email, firstname, lastname, mobile, username, and action. The data rows are as follows:

birthday	bloodtype	city	email	firstname	lastname	mobile	username	action
09/03/1996	2-	Batumi	giorgadzemiriani@gmail.com	Mirian	Giorgadze	574644464	giorgadzemiriani	edit
09/09/2004	test	Tbilisi	tester@gmail.com	tester	tested	577773377	tester	edit
13/03/1996	3+	batumi	qwerty@mail.ru	test	test	558996766	qwerty	edit

Below the table, it says 'Showing 1 to 3 of 3 entries'. There are 'Previous' and 'Next' buttons, with '1' in a box between them.

Pic. 1. Web Application for medical institutions (Table for donor's database)

Hopefully, after realization of this app statistics of blood donations will be changed, and finally, according to this application there will be created huge base of donors, which will be helpful for people who need to survive.

References:

1. https://en.wikipedia.org/wiki/Blood_donation
2. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2535889/>
3. <https://www.interaction-design.org/literature/article/principle-of-consistency-and-standards-in-user-interface-design>

APPLICATION OF WAVELET TRANSFORMATION FOR QRS-COMPLEX DEFINITION

Velychko O., Kampos K.

*Kharkov National University of Radio Electronics,
Kharkov*

Result of wavelet transformation applying for definition of QRS-complex in ECG-signal is given in the paper. Well known standard methods of ECG segmentation are sorted by two groups. The algorithms of digital filtration are collected in the first group, the second one applies the derivation methods.

Despite the fact of their wide using in cardiographic systems accuracy of QRS borders definition depends on features of ECG-signal, like its quality, shape and position of baseline and deviations in signal. The last one is an objective factor, defined by the physiological reasons and diseases. In such conditions, the quality of QRS-definition performing by the standard methods is not satisfied.

Method of QRS-definition based on the wavelet transformation had been developed and realized in Matlab. The ECG-signal had been transformed by the complex Morlet-wavelet. Principle of QRS borders is based on the features of regular and irregular components of the certain wavelet spectrum.

Analysis of ECG in different leads from more than 90 persons was carried out. Two cases of QRS definitions are given in Fig.1. Both ECG-signals were abnormal, non-filtrated before and registered from various persons.

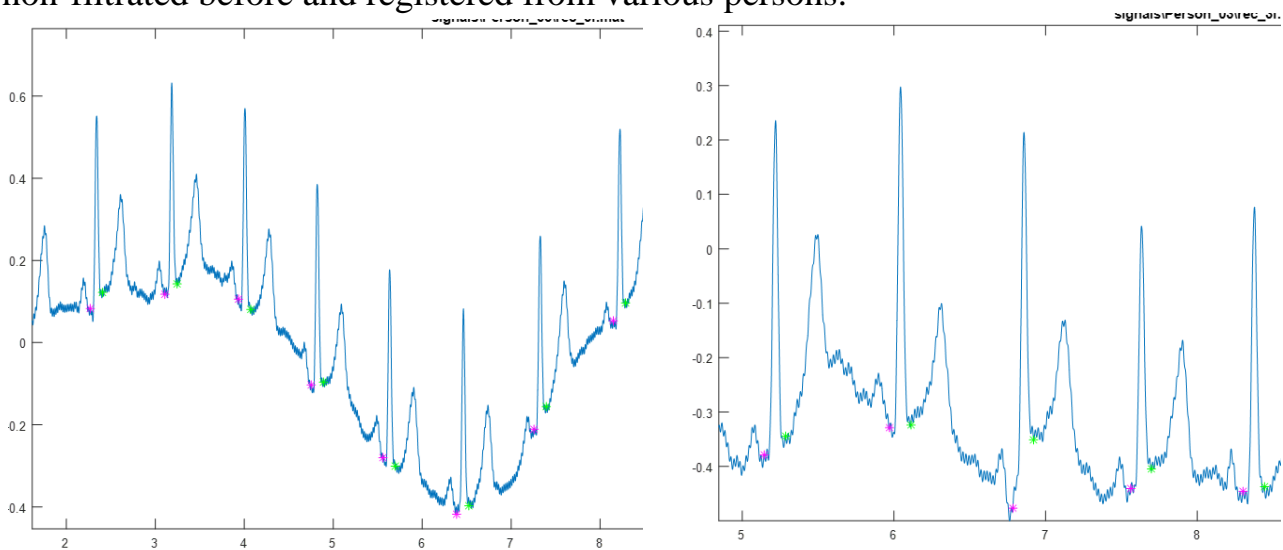


Figure 1 – Result of QRS-definition

Goten results have demonstrated independence proposed method of quality of initial signal, preprocessing and provided high accuracy of recognition in signals with distorted waveform. Developed method may be used for waveform recognition in real time.

References:

1. Рангайян Р. М. Анализ биомедицинских сигналов. Практический подход / Р.М. Рангайян. – Москва: ФИЗМАЛИТ, 2007. – 440 с.
2. Burrus C. S. Introduction to wavelets and wavelet transforms: a primer / C. S. Burrus, H. Guo. – Trenton: Prentice Hall International, 1998. – 268 p.

THE APPLICATION OF WAVELET ANALYSIS TO MEASURE DISTORTION POWER GRID

¹Povorozniuk N.I., ²Bobrivnyk K.Y.

¹Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute,

*²National University of Food Technology,
Kyiv*

The widespread introduction of electricity consumers with non-linear characteristics and consumers with key modes leads to a slowdown in the voltage and current power grid. The presence of such distortions worsens the quality of electric energy and causes significant economic losses.

Given the exceptional importance of maintaining high quality electricity, its performance is regulated by international [1, 2] and state [3] standards. Different methods of measuring its parameters are used to monitor the quality of electricity. One such method is a wavelet analysis that gives the representation of measured signals in the frequency domain, which significantly increases the resolution of the analysis, compared with traditional methods of analysis.

In contrast to the Fourier analysis, where the decomposition of a signal is carried out over sinus and cosine functions of infinite duration, in wavelet analysis the signal is decomposed by vibrational functions of finite duration, the so-called wavelets. This makes it possible to trace the change in the spectral components of non-stationary signals in time, that is, the resolution of such analysis in time is ensured. Frequency resolution is provided by stretching, or by compressing the support oscillating function of finite duration, which has received the name of the maternal function. At the same time, increasing the resolution both in frequency and time, in accordance with the principle of uncertainty Heisenberg, it is possible only to a certain limit. Choosing a form of maternal function can be as close as possible to this limit. The increased accuracy of wavelet analysis allows you to identify the causes of distortions and develop ways to eliminate them.

The distortion voltage and current electricity network and wavelet analysis of these distortions were modeled in an environment Matlab / Simulink. The results of computer simulation showed the high resolution of wavelet analysis, which makes it possible to measure energy quality indices with high accuracy.

References:

1. IEEE Std 1159–2009, IEEE Recommended Practice for Monitoring Electric Power Quality; IEEE Power & Energy Society: New York, NY, USA, 2009.
2. CEI/IEC 61000–4–30 International Standard. Testing and Measurement Techniques—Power Quality Measurement Methods, 1st ed.; International Electrotechnical Commission: Geneva, Switzerland, 2003.
3. GOST 13109-97 "Quality norms electrical energy in electric power systems, general purpose".

ВИЗУАЛИЗАЦІЯ ПЕРВИЧНИХ ПРИЗНАКОВ ПОРАЖЕННЯ МНОЖЕСТВЕННОЙ МИЕЛОМОЙ

Аврунин О.Г., Абрамова А.А.

Харьковский национальный университет радиоэлектроники, г. Харьков

В работе приведены и проанализированы основные признаки поражения костной ткани при множественной миеломе; произведено сравнение результатов в норме и при патологии.

Множественная миелома (ММ) – это опухоль иммунной системы, при которой в костном мозге находят аномальные плазматические клетки. Характерными чертами ММ являются поражение костного мозга (диффузное, диффузно-очаговое, реже – очаговое), сопровождающееся костно-деструктивными изменениями (остеопороз, остеолит), и развитие моноклональной иммуноглобулинопатии.

Рассмотрим МРТ поясничного отдела позвоночника в норме и при патологии для наглядного их сравнения и понимания особенностей [1].

При МРТ позвоночника в норме задние отделы дисков на уровне L1/2-L3/4 в норме вогнутые, на уровне L4/5-L5/S1 – слегка выпуклые. Сустав хорошо виден при МРТ, покрытый латеральной частью желтой связки, он ограничивает сзади межпозвоночное отверстие. Сверху и снизу оно ограничено ножками дуг смежных позвонков. Спереди отверстие ограничено замыкательными пластинками, межпозвоночным диском и волокнами задней продольной связки.

При патологии, когда имеются поражения костных участков, рентгенологическая картина миеломного поражения костей в большинстве случаев выражается в наличии диффузного разрежения костной ткани и очагов деструкции различной, чаще округлой формы, с четким контуром, размерами в среднем от 1 до 15 мм, не сливающихся между собой. Само тело позвонка изменяет свою форму и из нормальной, с четкими границами, правильной формы и однородной структурой, изменяет форму на двояковыгнутую либо же выгнутость проявляется только с одной стороны, структура становится пористой, межпозвоночный диск на изображении МРТ не имеет четких границ.

Выявление всех повреждений в таком огромном наборе данных и дальнейшая работа с ними, является значительной проблемой для подготовленного радиолога [2]. Таким образом, автоматическая компьютерная интерпретация биомедицинских изображений остается главной проблемой медицинской интроскопии.

Литература:

1. Аврунин О.Г. Определение степени инвазивности хирургического доступа при компьютерном планировании оперативных вмешательств / О.Г. Аврунин, М.Ю. Тымкович., Х. Фарук // Бионика интеллекта.– 2013.– № 2 (81). – С. 101 – 104.

2. Construction of personalized anatomic model of diaphragm of man / V.G. Dudenko, O.G. Avrunin, M.I. Tymkovich, V.V. Kurinnoy // Ж. експеримент. і клін. мед. – 2014. – № 2(63). – С. 68-70.

ИССЛЕДОВАНИЕ АЭРОДИНАМИКИ НОСА ПРИ ФОРСИРОВАННОМ ДЫХАНИИ

Аврунин О.Г., Носова Я.В., Хушам Фарук Исмаил Саед
Харьковский национальный университет радиоэлектроники, г. Харьков

Современные методы функциональной диагностики направлены на регистрацию количественных физиологических показателей и выявления нарушений на основе интеллектуального анализа результатов исследований. Эти методы все чаще применяются при профессиональном отборе для определения физических возможностей испытуемых, профилактических осмотрах и в спортивной медицине. Основной задачей этих методов является повышение достоверности ранней диагностики патологических состояний и, соответственно, выявление значимой корреляции между субъективными ощущениями пациента и характеристиками измеряемых биосигналов. Уменьшение погрешности измерений и корректировка показателей условной возрастной нормы не позволяет решать данные задачи в условиях отсутствия эталонных физиологических данных [1, 2].

Так, при функциональной диагностике носового дыхания целесообразно ввести дополнительные показатели воздушного потока, характеризующие назальную аэродинамику. Кроме интегральных показателей расхода и перепада давления при различных режимах дыхания, с физиологической точки зрения представляет интерес анализ динамического изменения режима течения воздуха при форсированном дыхании, которое обеспечивает максимальное поступление кислорода в легкие, например, при физической нагрузке. При этом необходимо учитывать, что в ламинарном режиме существует прямо пропорциональная зависимость между перепадом давления и расходом воздуха, при переходе в турбулентный режим эта зависимость принимает квадратичный вид.

Знание режима течения воздуха в носовой полости позволяет определять характер зависимости между перепадом давления и расходом воздуха при дыхании. При этом целесообразно ввести критерий энергетической эффективности носового дыхания, в зависимости от доминирующего режима течения воздуха.

Литература:

1. Ismail H.F., Osman E., AL-Omari A.K., Avrunin O.G. (2012). The role of paranasal sinuses in the aerodynamics of the nasal cavities. International Journal of Life Science and Medical Research, vol. 2, 3, pp. 52–55. DOI: 10.5963/LSMR0203004.
2. Nosova Ya., Avrunin O., Semenets V. Biotechnical system for integrated olfactometry diagnostics. Innovative technologies and scientific solutions for industries. 2017, No. 1 (1) p.64 – 68.

tDCS ЯК МЕТОД ВПЛИВУ НА ПСИХОФІЗІОЛОГІЧНИЙ СТАН ЛЮДИНИ

Аксьонов М.І., Овчаренко Г.Р.

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

В роботі наведена узагальнена оцінка результатів сучасних досліджень використання tDCS (транскраніальна електростимуляція постійним струмом), визначена можливість застосування даного методу для поліпшення когнітивних функцій людини, сформовані основні переваги та недоліки на які потрібно звернути увагу у майбутніх дослідженнях.

На сьогоднішній день було проведено понад 15 000 наукових досліджень, присвячених впливу tDCS на психофізіологічний стан організму, які охоплювали великий спектр проблем від шизофренії - до лікування дзвону у вухах. Більшість робіт були спрямовані на оцінку лікувальних здібностей методу при патологічних станах, насамперед депресії, епілепсії, рухових розладах тощо. Однак дослідження когнітивних функцій здорової людини після транскраніальної стимуляції постійним струмом – не менш важливий напрямок наукових досліджень. Основним недоліком досліджень є їх сильна гетерогенність: різні параметри впливу (час стимуляції, сила струму, розміщення електродів та ін.), якість досліджень - від хороших подвійних-сліпих плацебо-контрольованих - до робіт, в яких відсутні контрольні групи. Спроби синтезу поточних знань про tDCS вже проводилися, однак основним їх недоліком було те, що в аналіз включалися дослідження з різним складом і розміром вибірки. Було розглянуто експерименти з контрольною групою в яких приймало участь більше 25 чоловік (менше 10 учасників, взагалі не враховувалися). У всіх дослідженнях люди повинні були піддаватися не одному сеансу tDCS. В дослідженнях, спрямованих на поліпшення креативності та можливості вирішувати нетривіальні задачі, 40% учасників, які пройшли стимуляцію справилися із поставленим завданням на відміну від контрольної групи [1]. tDCS прискорює навчання і покращує вербальну пам'ять більш ніж на 20% [2]. У завданнях на концентрацію уваги після електростимуляції тім'яної кори, добровольці давали відповідь швидше, ніж до tDCS [3].

Висновки. Незважаючи на те, що метод tDCS позитивно впливає на підвищення когнітивних функцій людини, необхідні додаткові дослідження, перш ніж tDCS можна буде застосовувати в більш широкому клінічному контексті, а саме встановлення оптимальних параметрів стимуляції для tDCS із тривалим часом спостережень.

Література:

1. Richard P. Chi. Brain stimulation enables the solution of an inherently difficult problem / Richard P. Chi, Allan W. Snyder. // Neuroscience Letters. – 2. – p. 121–124.
2. Combining brain stimulation and video game to promote long-term transfer of learning and cognitive enhancement / Chung Yen Looi, Mihaela Duta, Anna-Katharine Brem]. // Scientific Reports volume 6. – 23. – №22003. – p. 18–25.
3. Roy LB. Modulation of attention functions by anodal tDCS on right PPC. / Roy LB, Sparing R. // Neuropsychologia. – 2015. – p. 96–107.

ВЕБ-РЕАЛІЗАЦІЯ МОДЕЛІ КОНСТРУКТОРСЬКО-ВИНАХІДНИЦЬКОГО ПОШУКУ

Андросова Т.В., Савченко М.В.

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

У книзі Р.П. Повілейко [1] була детально описана узагальнена модель конструкторсько-винахідницької пошуку, що базується на побудові багаточарової таблиці, що отримала назву десяткової матриці пошуку (ДМП). Кожен шар являє квадратну матрицю розміром 10 на 10. Число 10 з'явилося в результаті глибоко всебічного аналізу літератури з методики конструювання та винахідництва на предмет узагальнення основних прийомів дозволених технічних завдань з подальшим їх узагальненням на систему принципів, які в них закладені. У рядках матричної таблиці записуються мінливі характеристики (показники) об'єкта Пк, а в стовпчиках - основні прийоми їх зміни Пр.

У даній роботі запропоновано підхід для реалізації даної методики шляхом використання сучасних телекомунікаційних засобів, що дозволяють організувати розподілену форму роботи над вирішенням конструкторсько-винахідницьких задач. Це реалізується шляхом створення динамічного сайту, який дозволяє працювати з такими динамічними багатовимірними таблицями, полегшує процес редагування таких таблиць, дає можливість генерувати різні варіанти перерізів таких таблиць з відповідним візуальним рядом. Така технологія дає можливість наочно спостерігати одночасну адаптацію, мультиплікацію і диференціацію вихідної системи в залежності від зміни показників Пк, дотримати головний принцип пошуку вирішення завдань такого типу, а саме всі показники системи і напрямки змін повинні бути взаємоузгоджені. Так, наприклад, на зменшенні кількості елементів системи будуються прийоми «Компактність», «Спрощення форми», «Спрощення конструкції», а на збільшенні - прийоми «Дроблення», «дірчасті» і т.д. У сучасній техніці ДМП можуть бути використані для колективного цілеспрямованого перебору конструктивних ідей (особливо при дефіциті інформації), для пошуку нових патентоспроможних рішень, а також з метою автоматизації конструкторсько-винахідницьких робіт. З можливостями граничного, максимального використання ДМП пов'язані ідеї наскрізного, тотального винахідництва: проводиться перебір всіх прийомів дозволу всіх технічних завдань, всіх технічних систем, а вихідний на кожному рівні масив ідей-винаходів взаємно зіставляється. Причому необов'язково фіксувати всі можливі ідеї-пропозиції, досить зафіксувати можливість їх отримання, тобто алгоритм їх формування. Створення централізованого фонду ідей в техніці – бази технічних ідей – одне з найбільш багатообіцяючих, перспективних напрямків у формуванні та розвитку теорії винахідництва і дизайну.

Література:

1. Повілейко Р.П. Архитектура машины.– Новосибирск: Зап.-Сиб. Книжное изд., 1974.– 144 с.

ПРИСТРІЙ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ТА ТРЕНУВАННЯ ПРАВИЛЬНОГО СТЕРЕОТИПУ ХОДЬБИ ДІТЕЙ З ДИТЯЧИМ ЦЕРЕБРАЛЬНИМ ПАРАЛІЧЕМ

¹Баєв П.О., ¹Півоваров В.В., ²Дацок О.М.

¹Український науково-дослідний інститут протезування, протезобудування та відновлення працездатності,

²Харківський національний університет радіоелектроніки, м. Харків

В теперішній часі в світовій практиці для формування мотивованої ходьби у дітей хворих на церебральний параліч (важка форма) використовують пристрої для ходьби з різними конструктивними особливостями. Використання таких пристроїв сприяє покращенню локомоційних функцій у даного контингенту дітей.

В УкрНДІпротезування розроблено пристрій для ходьби таких дітей, який складається з двох основних частин: «колісної бази» та ортезної системи. «Колісна база» складається з корпусу, трубчатих розсувної передньої та задньої рам, з передньою та задньою колісними парами відповідно [1]. Ортезна система складається з двох ортезів на тазостегновий – колінний – гомілковостопний суглоби – стопу та корсета на тулуб. Ортези на нижню кінцівку є конструкцією з однобічною установкою тазостегнового, колінного і гомілковостопного шарнірів, а також шин на стегно і гомілку, з'єднаних між собою фіксаторами. Пристрій розвантажує вагу тіла пацієнта за рахунок підтримки тулуба і пружинного механізму, забезпечує послідовний вплив на рух нижніх кінцівок під час ходьби за рахунок конструктивних особливостей ортезної системи та забезпечує стійкість дитини завдяки широкій платформі «колісної бази».

На базі УкрНДІпротезування були обстежені 30 дітей з ДЦП віком від 5-ти до 14-ти років, що були розділені на дві групи за своїми руховими можливостями: з важкими руховими порушеннями (V – III рівень за Системою класифікації великих моторних функцій (GMFCS)) та з легким ступенем ураження і збереженою ходьбою (I – II рівень за Системою GMFCS). Застосована методика, яка дозволяє реєструвати кінематичні параметри за допомогою відео реєстраторів апаратно-програмного комплексу безконтактної автоматизованої оцінки рівня відновлення рухів людини [2].

Таким чином, розроблено оригінальний пристрій для формування та тренування правильного стереотипу ходьби дітей з ДЦП. Даний пристрій разом з комплексним курсом реабілітації дозволяє підвищити рівень рухової активності та покращити опорні реакції, що підтверджено даними стандартизованих тестів та інструментальними дослідженнями.

Література:

1. UA №116048. Пристрій для реабілітації пацієнтів з порушеннями функції ходьби, Салєєва А.Д., Щетинін В.В., Борисов М.О., Варешнюк О.В., Старченко Ю.І. Заявлено: 06.06.2016, Опубліковано: 25.01.2018, Бюл.№ 2.

2. Звіт про НДР «Розроблення апаратно-програмного комплексу безконтактної автоматизованої оцінки рівня відновлення рухів людини» / УкрНДІпротезування, Керівник Качер В.С. Договір №11Д-05/46. Харків, 2007.

ТЕХНОЛОГИЯ ОЦЕНКИ СВОЙСТВ ХАРАКТЕРА ПРИ ПОСТТРАВМАТИЧЕСКОМ СИНДРОМЕ

Белов В.М., Козловская В.А., Ковалев В.М., Обелец Т.А.

Международный научно-учебный центр информационных технологий и систем НАН и МОН Украины, г. Киев

В данной работе обсуждается автоматизированный личностный опросник для задач диагностики и реабилитации лиц с девиантным поведением. Широко распространенные личностные опросники (MMPI, 16-PF, EPI, MPI, характерологическая анкета подростков Е. Личко и др.) не всегда дают ожидаемые результаты, что вынудило нас создать собственный тест «под задачу». Ранее уже были изложены особенности нашего подхода к личности, выбор элементов ее структуры, исходя из задач его модельного представления, методики экспериментального исследования с целью верификации основных гипотетических предположений. Мы располагаем собственной информацией об основных качествах личности, производных от основных инстинктов и "рабочих рефлексов", образующих «психологический скелет» личности, которые, согласно нашим представлениям, можно отнести к категории "опорных" качеств. Среди них: *сила «Я», страх, оптимизм/пессимизм, общительность, способность к усилиям, эгоизм/альтруизм, целеустремленность, инициативность, агрессивность, лидерство, решительность, склонность к риску, аккуратность, доброта, достоинство, совесть, честь, доброжелательность, ответственность*. Этот набор составил структуру модели характера личности как определенной совокупности психических и моральных качеств, каждое из которых определяется на некотором множестве задаваемых вопросов с назначаемым количеством баллов за вариант ответа.

После краткого инструктажа вопросы экспонируются на экране монитора в последовательности, задаваемой датчиком случайных чисел; фиксируются ответы на вопросы и выраженность того или иного качества определяется по сумме баллов, полученных в результате ответа на все вопросы, относящиеся к этому качеству. Программа включает в себя подпрограммы тестирования, обработки, интерпретации результатов, настройки и конфигурации, систему управления базой данных о результатах тестирования, подпрограмм представления и вывода результатов (на экран монитора, в базу данных, в текстовый файл, на принтер).

Программная реализация Windows-приложения «Тест определения характерологических свойств личности» осуществляется в интегрированной среде программного обеспечения Microsoft Visual Studio на объектно-ориентированном языке программирования C#. Первый опыт применения данной программы показал, что автоматизированное исследование психических свойств личности имеет ряд преимуществ по сравнению с традиционным анкетным методом стандартного предъявления задач.

ПЕРСОНАЛЬНА МОБІЛЬНА СИСТЕМА МОНІТОРИНГУ ПСИХІЧНОГО ЗДОРОВ'Я

Бережний О.В., Скарга-Бандурова І.С., Білотородова Т.О.

Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля, м. Сєвєродонецьк

За даними ВООЗ останнім часом відзначається тенденція зростання рівня поширеності та «омолодження» таких нейродегенеративних захворювань, таких як хвороба Паркінсона, що призводить до руйнування відділів мозку, які керують руховою функцією. Рання постановка діагнозу дозволяє зафіксувати стан пацієнта на первинних стадіях і не допустити важких когнітивних станів. Відстеження симптоми виникнення захворювань на самому початковому етапі дозволяє своєчасно вжити заходів щодо пролонгації первинної стадії.

Сучасний розвиток інформаційних технологій надає нові можливості в області біомедичного моніторингу. Розробка персональної системи моніторингу фізіологічних показників є основною метою даного дослідження. Основними проблемами при розробці такої системи є точність визначення тремору рук.

Основні задачі дослідження: 1) розробка зручної системи моніторингу фізіологічних показників, яка не вимагає додаткових пристроїв для контролю стану; 2) визначення методу оцінювання тремору рук.

Для використання розробленої системи потрібен смартфон та доступ до мережі Інтернет для завантаження даних на хмарне сховище. Відстеження даних змін фізіологічного стану у вигляді тремору рук проводиться з використанням акселерометру, що є вбудованим елементом смартфону користувача.

Для поліпшення точності тесту виявлення тремору рук застосовується попередня обробка даних шляхом вилучення ознак і перетворення формату записаних даних. Акселерометр вимірює проекцію повного прискорення з використанням трьох компонентів прискорення. Для кожного компонента прискорення (вимірів X, Y і Z) визначаються наступні статистичні ознаки: 1) середнє; 2) стандартне відхилення; 3) інерція послідовності $\sum_i i^2 / w$, де i представляє кожне зчитування даних, а w представляє довжину вікна та дорівнює 256; 4) кореляцію Пірсона між кожною парою компонентів прискорення (X-Y, X-Z та Y-X). Ці показники створюють вектори вхідних ознак для подальшого інтелектуального аналізу даних з метою визначення ступеню тремору рук.

У доповіді надано результати розробки системи моніторингу фізіологічних показників. Визначено якість методу створення векторів вхідних ознак на підставі статистичних показників компонентів прискорення.

В результаті роботи розроблена система моніторингу фізіологічних показників для визначення нейродегенеративних змін з використанням тестування ступеню тремору рук, отримано вектори вхідних ознак на підставі статистичних показників компонентів прискорення.

СУЧАСНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЗВУКОВИХ СТИМУЛІВ НА РОБОТУ ГОЛОВНОГО МОЗКУ

Берестюк К.Р., Овчаренко Г.Р.

Національний Технічний Університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», м. Київ

В роботі розглянуто сучасні дослідження, пов'язані з впливом звукового стимулу на людський мозок.

Японські вчені дослідили зв'язок між корковою реакцією і знайомством зі звуковим стимулом. Учасники показали два яскраво виражені піки у часі запізнення на ЕЕГ близько 70 і 140 мс. Результати (рис.1) вказують, що відповідь на незнайомий чи зашифрований звуковий стимул сильніша, ніж на знайомий [1]. Пізніше було досліджено, що рівень уваги не впливає на сприйняття нових звукових стимулів, які однаково діють на кору, незалежно від того, на чому сконцентрована увага людини [2].

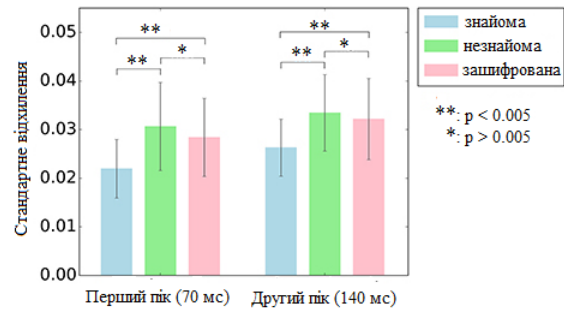


Рисунок 1 – Реакція ЕЕГ на звукові стимули [1]

Швейцарськими дослідниками було розглянуто активацію мозку при двох умовах: прослуховування і одночасне оцінювання звукового стимулу, що відтворюється, [Listening and Rating (LR)] і необмежене прослуховування [Listening (L)], та перевірено вплив послідовності цих умов (LR→L, L→LR) на активацію мозку під час L-стану. Тривимірний ANOVA виявив значний головний ефект [$F(1.52)=5.87$, $p=0.02$, $\eta^2=0.02$], який пояснюється зниженням потужності ЕЕГ під час стану LR, при незначному її збільшенні для L стану. ANOVA для заходів РАД (розвідкового аналізу даних) виявив тенденцію до значної взаємодії між групою та станом [$F(1.52)=3.03$, $p=0.09$, $\eta^2=0.006$], що кваліфікується різним змінням РАД в умовах LR і L. Дані свідчать, що потужність всіх досліджуваних частотних діапазонів збільшувалася для L-стану лише у випадку (L→LR). Отже, для (LR→L) першочерговий аналіз стимулу суб'єктом унеможливив неперервне прослуховування даного стимулу [3].

Висновки. Отримані результати аналізу сучасних досліджень відкривають можливості для подальших досліджень взаємозв'язку впливу звукових стимулів та рівня уваги, а також їх впливу на діяльність та активність мозку.

Література:

1. Kumagai Y, Arvaneh M and Tanaka T (2017) Familiarity Affects Entrainment of EEG in Music Listening. *Front. Hum. Neurosci.* 11:384. doi: 10.3389/fnhum.2017.00384
2. Kumagai Y, Matsui R and Tanaka T (2018) Music Familiarity Affects EEG Entrainment When Little Attention Is Paid. *Front. Hum. Neurosci.* 12:444. doi: 10.3389/fnhum.2018.00444
3. Markovic A, Kühnis J and Jäncke L (2017) Task Context Influences Brain Activation during Music Listening. *Front. Hum. Neurosci.* 11:342. doi: 10.3389/fnhum.2017.00342

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА РЕЧИ В ТЕЛЕМЕДИЦИНСКИХ СЕТЯХ

Бухаров А.С., Тарасов Р.А.

*Харьковский национальный университет радиоэлектроники,
г. Харьков*

Одной из задач телемедицинской сети является передача речи с заданным качеством при проведении телеконсультаций. Обеспечение заданного уровня качества обслуживания при передаче речевого трафика, чувствительного к задержкам, все еще остается актуальной, поскольку существующие протоколы маршрутизации и дисциплины обслуживания очередей не способны гарантировать качество в 100% случаев. Одним из важных факторов эффективного использования пропускной способности IP-канала, является выбор оптимального алгоритма кодирования/декодирования речевой информации – кодека.

В работе было проведено исследование влияния параметров сети на качество передачи голосовой информации в беспроводных сетях, получены практические рекомендации для организации сервисов VoIP. С помощью E-модели, проведена оценка качества передачи для основных кодеков, используемых в IP-телефонии. Данная вычислительная модель может быть использована, в частности, проектировщиками телемедицинских сетей для того, чтобы гарантировать пользователям удовлетворительное сквозное качество передачи. В качестве параметра качества передачи выступает так называемый R-фактор, изменяющийся в пределах [0; 100] и отображающий удовлетворенность пользователя качеством предоставляемого сервиса передачи речи. При помощи E-модели были построены зависимости качества передачи речи от таких параметров сети, как абсолютная задержка и вероятность потери пакета. На основании полученных зависимостей был проведен сравнительный анализ основных кодеков, используемых для организации VoIP, и были даны рекомендации по требованиям к сети.

Как показал анализ, при использовании IP-телефонии в телемедицинских сетях с разнотипными кодеками необходимо обеспечить абсолютную задержку менее 175 мс при максимально допустимой вероятности потери пакета в 0,013, что позволит обеспечить качество передачи речи с $R \geq 70$.

Литература:

1. E-модель – описание. [Электронный ресурс] Режим доступа: [www/URL: http://www.itu.int/rec/T-REC-G.107-200904-I/en- 28.04.2009г.](http://www.itu.int/rec/T-REC-G.107-200904-I/en-28.04.2009)
2. Качество обслуживания в сетях IP[текст] :пер. с англ. - М. : Вильямс, 2003г. - 368 с.

ТЕРАПЕВТИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ ЭЛЕКТРОМАГНИТНОГО ИЗЛУЧЕНИЯ НА МИНДАЛИНЫ В ГОРЛЕ ЧЕЛОВЕКА

Верди А.В., Мезерная М.В., Пиротти Е.Л.
*Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»,
г. Харьков*

Воздействие электромагнитным излучением на миндалины в горле человека требует выбора оптимальных параметров этого излучения, таких как частота, мощность, длительность облучения и других. Длительность этого излучения определяется экспериментально. Однако мощность источника излучений определить опытным путем достаточно сложно, так как с одной стороны она должна не превышать единиц микроватт на квадратный сантиметр (что позволяет говорить о низкоэнергетическом или информационном воздействии на ткани организма человека), а с другой стороны такой подход требует введения датчиков в область облучаемых тканей, что нежелательно с психологической точки зрения и создает дополнительные технические трудности. В связи со сказанным наиболее эффективной в данном случае представляется теоретическая модель, позволяющая по мощности излучения определить напряженность электромагнитного поля в каждой точке облучаемых тканей человека с учетом их характеристик и наоборот [1].

Учитывая индивидуальность анатомического строения каждого человека, с одной стороны, и невозможность точного описания всех электромагнитных процессов, которые происходят в облучаемых тканях, с другой стороны, в качестве упрощенной модели рассматриваемого участка горла принимается упрощенная двухслойная среда. Первым слоем является кожный покров, вторым – мягкие ткани, в которых находятся миндалины. На первый слой падает плоская электромагнитная волна с составляющими \vec{E}^{nad} и \vec{H}^{nad} . Основываясь на способе практической реализации облучения, рассматривается нормальное падение ЭМП на моделируемый участок.

Учитывая, что затухание электромагнитного излучения миллиметрового диапазона в тканях организма человека значительно [2], оба слоя считаются бесконечно протяженными влево и вправо, а второй слой – имеющим бесконечную толщину. Получены выражения для внутренних электромагнитных полей, связанные с амплитудой падающего на шею излучения. На основании этих выражений построены зависимости величины E_{0x}^{nad} от линейных размеров миндалины, глубины ее размещения относительно поверхности кожи, а также расстояния между центрами миндалин.

Литература:

1. Никольский В.В. Электродинамика и распространение радиоволн / В.В. Никольский, Т.И. Никольская. - М.: Либроком, 2012. - 544 с.
2. Березовский В.А. Биофизические характеристики тканей человека / В.А. Березовский, Н.Н. Колотилов. - К.: Наукова думка, 1990. - 224 с.

ПРОТОТИПУВАННЯ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НА СТАДІЇ ФОРМУВАННЯ ВИМОГ ДО ПРОДУКТУ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ ЗНИЖЕННЯ РИЗИКІВ

Гаць Б.М.

*ПВНЗ «Буковинський університет»,
м. Чернівці*

В роботі розглянуто питання зниження ризиків успішного завершення реалізації та здачі програмного продукту в експлуатацію з використанням прототипування на стадії формування вимог до продукту. Вимоги до програмного забезпечення поділяються на три рівні: бізнес-вимоги (пріоритетні цілі організації в цілому), функціональні (опис поведінки системи в залежності від конкретних умов) та користувацькі (бажані характеристики програмного забезпечення). В Agile проектах користувацькі вимоги замовника формалізуються у вигляді історій користувача (user stories) та сценаріїв використання (use case).

Прототипування – це процес створення ескізів програмного забезпечення, що дають змогу перевірити придатність запропонованих концепцій, архітектурних та технологічних рішень та представити програми замовнику на ранніх стадіях процесу розробки [1]. Прототипування робить вимоги до продукту більш реальними, допомагає зацікавленим сторонам досягти спільного розуміння вимог системи, що знижує ризики невдоволення клієнтів. Ескізи програмного забезпечення можуть виконувати такі важливі функції:

- уточнювати, доповнювати та перевіряти вимоги;
- досліджувати альтернативні варіанти дизайну;
- створити основу, яка перетвориться на кінцевий продукт.

Основними перевагами підходу є суттєве зменшення часу та вартості розробки за рахунок залучення зацікавлених сторін у процес обговорення вимог, дизайну, функціональності. Причому не потрібно створювати прототип всього програмного продукту, а варто зосередитися лише на найбільш проблемних сторонах або заздалегідь відомих невизначеностях. Це дає змогу на ранніх стадіях виявити недоліки та невідповідності програмного продукту вимогам. При цьому користувачі, проектні менеджери та інші не технічні зацікавлені сторони (stakeholders) розглядають прототипи як деякий проміжний продукт, в той час як вимоги до програмного забезпечення уточнюються, а сам продукт знаходиться в стадії розробки [2].

Література:

1. Constantine L. Software for Use: A Practical Guide to the Models and Methods of Usage-Centered Design / Constantine L., Lockwood L. – Addison-Wesley Professional, 1999. – 608 p.
2. Wiegers K. Software Requirements, Third Edition / Wiegers K., Beatty J. – Microsoft Press, 2013. – 640 p.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ И М-HEALTH SMART-ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ КОНТРОЛЯ И КОРРЕКЦИИ ЗДОРОВЬЯ

Гонтарь Т.М., Кифоренко С.И., Белов В.М.

Международный научно-учебный центр информационных технологий и систем НАН Украины, г. Киев

На современном этапе развития и использования компьютерной техники отмечается тенденция активного проникновения в повседневную жизнь приложений, персональных цифровых помощников, в том числе используемых для мониторинга состояния здоровья. Растет индустрия различных мобильных медицинских сервисов (mHealth-индустрия) — устройств, приложений и программных продуктов, предназначенных для работы с медицинскими данными для управления здоровьем. Состояние современного мобильного здравоохранения и направлений его развития также показывает, что наиболее популярными мобильными приложениями являются программы, предназначенные для поддержания и укрепления здоровья пользователей. Это программы сопровождения процессов оценки и анализа психологического состояния, физической активности, контроля и коррекции питания, массы тела, помогающие в борьбе с вредными привычками и т.д., т.е. ориентируют человека на формирование здорового образа жизни.

Исходя из этих тенденций, создана информационная система поддержки принятия решений для контроля и коррекции физического здоровья. При этом разработано структурно-алгоритмическое обеспечение процесса количественного оценивания здоровья с использованием методик тестирования состояния внутренней сферы, основанных на многомерном шкалировании и интерпретации результатов. Количественное оценивание — необходимый этап при разработке системы поддержки принятия решений для коррекции здоровья. Известно, что наиболее естественными и значимыми воздействиями для обеспечения нормальной жизнедеятельности человека являются питание и активность. Для возможности более широкого использования информационной системы поддержки принятия решений при выборе питания, адекватного энерготратам, разработано специализированное мобильное приложение под операционную систему Android для использования в мобильных смарт-устройствах. Реализация разработанных алгоритмов в мобильных Android-приложениях обеспечивает поддержку принятия решений пользователя при выборе сбалансированного питания, а также предоставляет возможность формировать и оперативно оценивать в режиме реального времени программу сбалансированного питания с учетом индивидуальных энерготрат.

Предложенная система позволяет автоматизировать и оперативно проводить сбор данных обследований, анализировать динамику диагностированных состояний и может служить эффективным инструментом для скрининга и мониторинга физического здоровья населения. Разработки такого плана способствуют сокращению влияния вредного воздействия факторов риска, приводящих к возникновению различных заболеваний.

МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ОПИСАНИЯ ЖИЗНЕСПОСОБНОСТИ ЧЕРЕНКОВ ПЛОДОВО-ЯГОДНЫХ КУЛЬТУР ПОСЛЕ КРИОКОНСЕРВИРОВАНИЯ

Горбунов Л.В., Дикина Т.Д.

*Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»,
г. Харьков*

Целью исследования является разработка имитационной модели для оптимизации параметров криоконсервирования различных сортотипов плодово-ягодных культур.

В работе исследованы черенки: черной смороды (*Ribes nigrum* L.); красной смородины (*Ribes rubrum*); винограда (*Vitis labrusca* L.); вишни (*Prunus cerasus* L.); черешни (*Prunus avium*); сливы (*Prunus domestica* L.); абрикоса (*Prunus armeniaca* L.); яблони (*Malus domestica* L.); груши (*Pyrus communis* L.). В качестве контроля выбранных способов криоконсервирования использованы черенки березы (*Betula pubescens*).

Разработана математическая модель упрощающая процесс определения оптимальных технологических параметров, обеспечивающих максимальную жизнеспособность деконсервированных черенков плодово-ягодных культур. Рассчитаны величины свободной воды - $\Delta\eta$, образующие кристаллы льда внутри клетки при криоконсервировании различных сортотипов плодово-ягодных культур. Определены оптимальные условия обезвоживания черенков (температура T^i и время выдержки t_2 , минимальное количество внутриклеточной воды - η_{min}) обеспечивающие максимальную жизнеспособность при их сушке и низкотемпературной адаптации к криоконсервированию. Индивидуальные особенности жизнеспособности деконсервированных черенков различных пород количественно отражены в показателях свободной воды $\Delta\eta$. Максимальная жизнеспособность деконсервированных черенков березы и черной смородины получена при условии, когда внутриклеточная вода находится в связанном, витрифицированном состоянии $\Delta\eta=0$. Рассчитанное $\Delta\eta>0$ для черенков различных сортов яблок, груш, малины, приводит к снижению жизнеспособности, а полное отсутствие связанной воды - η_c для сливы, абрикоса, винограда не дает возможности получить жизнеспособные образцы после низкотемпературного криоконсервирования.

Выводы. Определены минимальные величины количества внутриклеточной воды - η_{1min} минимизирующий вероятность плазмолиза и - η_{2min} образования внутриклеточного льда с учетом гетерогенности биообъекта. Рассчитаны показатели свободной и связанной воды, количественно определяющие жизнеспособность черенков с учетом их индивидуальных особенностей различных сортотипов плодово-ягодных культур.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АПАРАТІВ ДЛЯ ЕЛЕКТРОСТИМУЛЯЦІЇ М'ЯЗІВ ЛЮДИНИ

Єрошенко О.А., Прасол І.В., Дацок О.М.

Харківський національний університет радіоелектроніки, м. Харків

Електрична стимуляція відіграє значну роль в регенерації різних функціональних можливостей в м'яких тканинах, може впливати на обсяг і розмір м'язів, м'язовий тонус, м'язову силу і м'язову атрофію [1], [2]. Параметри стимулюючих впливів процедур електричного масажу не завжди оптимально відповідають пацієнтові або обраній ділянці тіла, що призводить до недостатньої ефективності терапевтичних процедур та уповільненню термінів реабілітації. Під час проведення електростимуляції нервово-м'язового апарату важливий раціональний вибір її режимів і поєднання тонічних і кінетичних скорочень, що істотно впливає на збільшення маси, розвиток сили, підвищення збудливості і працездатності м'язів.

Для якісної і кількісної оцінки стану нервово-м'язового апарату людини за допомогою електроміограми запропоновано використання методу частотно-часового аналізу на основі спектрограм. Перспективним підходом при побудові структури апаратів для електростимуляції є застосування біотехнічного зворотного зв'язку (БЗЗ). Контуром БЗЗ передаються електричні параметри, що характеризують біологічний стан об'єкта. Важливою властивістю нервово-м'язових структур при подразненні електричними сигналами є залежність збудливості від швидкості зміни амплітуди стимулюючого сигналу. На основі цієї інформації відповідно до цільової функції проводиться автоматичне керування параметрами сигналу впливу. В такий спосіб здійснюється узгодження параметрів біооб'єкту і технічних компонентів системи, формування оптимального лікувального впливу. Основними вузлами електростимулятора з БЗЗ є модуль формування впливів та модуль реєстрації ЕМГ. Електростимулятор здійснює формування послідовності електричних імпульсів з заданими параметрами; через електроди імпульси передаються на нервові закінчення, в результаті чого м'язи активно скорочуються. За допомогою додаткової пари електродів знімаються сигнали електроміограми; на основі аналізу діагностичних показників ЕМГ здійснюється корегування стимулюючого впливу.

Таким чином, запропонована структура апарата для електростимуляції м'язів опорно-рухового апарату людини на основі знімання поверхневими електродами сигналу ЕМГ пацієнта і подальшої його комп'ютерної обробки дозволяє здійснити поточний контроль ефективності терапевтичних впливів за рахунок оптимального підбору параметрів стимулюючих впливів.

Література:

1. Azman M F, Azman A W The Effect of Electrical Stimulation in Improving Muscle Tone (Clinical). IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering 260 (2017).
2. Himori K, Tatebayashi D, Kanzaki K, Wada M, Westerblad H, Lanner JT, et al. Neuromuscular electrical stimulation prevents skeletal muscle dysfunction in adjuvant-induced arthritis rat. PLoS ONE 12(6). (2017).

О ВОЗМОЖНОСТЯХ ЭЛЕКТРОЭНЦЕФАЛОГРАФИИ ДЛЯ ОЦЕНКИ СОСТОЯНИЯ ОПОРНО-ДВИГАТЕЛЬНОГО АППАРАТА

Жемчужкина Т.В., Носова Т.В., Кривошея А.В.

Харьковский национальный университет радиотехники, г. Харьков

Оценка состояния мышц спины проводится по результатам электромиографического обследования во время физической нагрузки. Результаты электромиографического исследования тесно связаны со степенью напряжения и растяжения мышц, а качество выполнения физических упражнений пациентом может определяться сопровождающей болью или ее боязнью.

Данная работа посвящена изучению возможностей количественной электроэнцефалографии (КЭЭГ) для определения уровня болевых ощущений. КЭЭГ можно рассматривать как простой и объективный инструмент для изучения механизмов работы мозга, связанных с хронической болью, а также для определения специфических характеристик хронической боли.

В недавних исследованиях сообщается о наличии специфической картины ЭЭГ, называемой таламокортикальной дисритмией, у пациентов с тяжелой хронической нейрогенной болью. Согласно этому подходу существует взаимосвязь между нейрогенной болью и таламокортикальной дисфункциональной ритмической активностью. Эта закономерность возникает из-за таламической деафферентации низкочастотных пиков кальция со средней скоростью разрыва между 4 и 5 Гц на границе между диапазонами дельта и тета. Эти всплески можно измерить, используя записи одиночных единиц в таламусе пациентов с нейрогенной болью. С помощью КЭЭГ было также продемонстрировано, что эта дисфункциональная картина приводит к увеличению и сдвинутому режиму кортикальной обработки, обеспечивая тем самым неинвазивный нейронный маркер хронической боли [1].

Метод КЭЭГ для оценки боли является безопасным, недорогим и использует легкую методологию, что делает его подходящим инструментом для использования в клинической практике. Также использование ЭЭГ в оценке состояния опорно-двигательного аппарата, возможно, устранит все факторы, которые вызывают противоречия в измерениях при использовании электромиографии [2].

Литература:

1. Eulália Silva dos Santos Pinheiro. Electroencephalographic Patterns in Chronic Pain: A Systematic Review of the Literature / Eulália Silva dos Santos Pinheiro, Fernanda Costa de Queirós, Pedro Montoya // PLOS ONE. URL: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0149085> (дата обращения: 16.02.2019).
2. Eze С.Е. System assessing the condition of the musculoskeletal system with pain level control // 22-й Міжнародний молодіжний форум "Радіоелектроніка та молодь у ХХІ столітті". Зб.матеріалів форуму. Т.1. - Харків: ХНУРЕ.2018. - 171с. С.84-85.

КОМП'ЮТЕРНА ПОЛІСОМНОГРАФІЯ У ПАЦІЄНТІВ З ВІДДАЛЕНИМИ НАСЛІДКАМИ ВИБУХОВОЇ ЗАКРИТОЇ ЧЕРЕПНО- МОЗКОВОЇ ТРАВМИ

Забродіна Л.П., Бовт Ю.В.

*Державна Установа «Інститут неврології, психіатрії та наркології
Національної академії медичних наук України»,
м. Харків*

Порушення нічного сну у пацієнтів з вибуховою закритою черепно-мозковою травмою (ЗЧМТ) виникають вже в гострому періоді ЗЧМТ, і можуть залишатися на усіх етапах відновлення, набуваючи хронічного перебігу та призводячи до значного подовження періоду посттравматичного відновлення з формуванням когнітивного дефіциту різного ступеня виразності.

Було обстежено 28 чоловіків (середній вік $37,0 \pm 1,8$ років) у віддаленому періоді вибухової ЗЧМТ (струс головного мозку). Суб'єктивна оцінка порушення нічного сну здійснювалась методом анкетування з використанням Пітсбургського опитувальника, та шкал сонливості Епворса і якості нічного сну. Об'єктивне дослідження нічного сну - полісомнографія проводилася за допомогою комп'ютерного комплексу «Нейрон-спектр +» з паралельною реєстрацією електроенцефалограми, електроокулограми, електроміограми та електрокардіограми і подальшим розрахунком показників фаз та стадій нічного сну за допомогою програмного забезпечення «Нейрон-спектр-ПСГ».

Проведений нами аналіз особливостей організації нічного сну у пацієнтів з віддаленими наслідками вибухової ЗЧМТ виявив дисоціацію між суб'єктивною та об'єктивною оцінкою розладів сну, що проявлялась перебільшенням значимості порушень при суб'єктивній оцінці нічного сну. За даними анкетування було встановлено, що майже у всіх обстежених пацієнтів значно подовжувалось засинання, спостерігались часті пробудження в ночі, нічний сон характеризувався недостатньою тривалістю та поганою якістю. Більш ніж 50% пацієнтів відзначали епізоди відсутності сну. Більше 80% пацієнтів скаржились на наявність сноговоріння, скреготіння зубами та ритмічних рухів кінцівок. Денна сонливість проявлялась більше всього у спокійних станах, був можливий денний сон. При об'єктивному дослідженні сну було з'ясовано, що у переважної більшості обстежених пацієнтів цілісність циклічної структури нічного сну не порушувалась, представленість усіх фаз та стадій сну відрізнялась тільки за кількісними характеристиками. Об'єктивні розлади сну проявлялись перед усім в організації повільнохвильового сну, де в умовах активації механізмів реалізації стадії С2 спостерігався помірний дефіцит дельта-сну, через який можливо погіршення відновної функції повільнохвильового сну і відсутність відчуття відпочинку в ранкові часи.

Тому, враховуючи все вище сказане, для попередження розвитку декомпенсації та об'єктивного контролю сомнологічного статусу доречно проводити комп'ютерні полісомнографічні дослідження в динаміці, що дозволить значно підвищити ефективність діагностики та лікування даної категорії пацієнтів.

К УТОЧНЕНИЮ МОДЕЛИ АЭРОДИНАМИКИ НОСОВОЙ ПОЛОСТИ

Ибрагим Юнусс Абделхамид, Носова Я.В.

Харьковский национальный университет радиоэлектроники, г. Харьков

В настоящее время во всех развитых странах мира одной из наиболее актуальных социальных проблем является разработка и внедрение новых медицинских технологий для повышения качества оказания медицинской помощи населению. В частности, это подтверждается приоритетными направлениями программы Европейского Союза Горизонт 2020 и тематиками аналогичных исследовательских программ. При современной доказательной диагностике нарушений носового дыхания перед специалистом стоит ряд задач, связанных с комплексным анализом разнородной информации, как функционального, так и топографического характера [1].

Целью исследования является изучение возможностей повышения адекватности аэродинамических моделей носовой полости. Основной характеристикой функции носового дыхания является, так называемое, носовое сопротивление, определяемое как отношение перепада давлений на носовой полости к соответствующему значению пропускаемого расхода воздуха при дыхании [2]. Для связи архитектоники структур носовой полости и функции дыхания величину аэродинамического носового сопротивления целесообразно определять на основании анализа результатов компьютерной томографии. При этом предлагается представление полости носа в виде системы аэродинамических сопротивлений, которые учитывают как потери по длине, так и на местных сопротивлениях. Эквивалентная пневматическая схема такой системы может состоять из параллельно соединенных аэродинамических сопротивлений условно разделенных общего, нижнего, среднего и верхнего носовых ходов для каждой половины носа.

На основе исследований предлагаемой модели возможно изучение вклада локальных искажений внутриносовых структур в общее аэродинамическое носовое сопротивление и выбирать соответствующую лечебную тактику на основе прогнозирования по данным виртуального компьютерного моделирования.

Литература:

1. Avrunin, O., Shushlyapina, N., Nosova, Y., Bogdan, O. (2016), "Olfactometry diagnostic at the modern stage", Bulletin of NTU "KhPI". Series: New solutions in modern technologies, NTU "KhPI", Kharkiv, No. 12 (1184), pp. 95-100, DOI: 10.20998/2413- 4295.2016.12.13
2. Аврунин О. Г. Сравнение дискриминантных характеристик риноманометрических методов диагностики / О.Г. Аврунин, В.В. Семенец, П.Ф. Щапов // Радиотехніка. – 2011. – 164. – С. 102–107.

РАЗРАБОТКА АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ДЛЯ ВИДЕОДЕРМАТОСКОПИИ

Исаева О.А., Аврунин О.Г.

Харьковский национальный университет радиоэлектроники, г. Харьков

Введение. Работа посвящена разработке автоматизированной системы для видеодерматоскопии – методу, позволяющему проводить визуальную оценку состояния кожных покровов и по цвету и геометрическим характеристикам кожного образования определять его природу и риск перерождения в злокачественную форму. Современные методы исследований требуют быстрого и надежного анализа оцифрованной видеoinформации [1, 2].

Целью работы является разработка законченной системы цифровой видеодерматоскопии, обоснование применения основных модулей и методологического обеспечения.

Результаты исследования. Исходя из круга решаемых задач, в состав современной системы цифровой дерматоскопии входят:

- блок получения цифрового оптического изображения с линзовой оптической системой и цифровой камерой;
- интерфейсный модуль, включающий аппаратно-программные средства для передачи информации в подсистему анализа данных;
- модуль предварительной обработки изображений для коррекции яркости и контрастности и подавления шумовых составляющих на изображении;
- сегментации изображений – построение характеристической функции изображения, выделяющей однородные области объектов и фона;
- описания изображения – получения геометрических и оптических характеристик, сегментированных в предыдущем модуле объектов.
- формирования предварительного диагностического решения, в котором производится анализ полученных характерных признаков изображения с учетом априорной и дополнительной диагностической информации о пациенте.

Выводы. В задачах автоматизированной обработки видеодерматоскопических данных восприятие поля зрения связано с априорной информацией об исследуемом изображении. Основными показателями эффективности разработанных методов и системы являются высокая стабильность и повторяемость распознавания кожных объектов и возможность обработки изображений в реальном масштабе времени. Перспективой работы является разработка законченной системы для цифровой видеодерматоскопии и ее последующие предварительные клинические испытания.

Литература:

1. Носова Я.В. Разработка метода экспресс-диагностики бактериальной микрофлоры полости носа / Я.В. Носова, Х. И. Фарук, О.Г. Аврунин // Проблемы інформаційних технологій. – Херсон: ХНТУ, 2013. – №13. – С. 99 – 104.
2. Аврунин О. Г. Опыт разработки биомедицинской системы цифровой микроскопии / О. Г. Аврунин // Прикладная радиоэлектроника. – 2009. – Т.8. – № 1. – С. 46-52.

МОБІЛЬНА ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ В ДІАБЕТОЛОГІЇ З ВИКОРИСТАННЯМ ХМАРНИХ СЕРВІСІВ

Кіфоренко С.І., Обелець Т.А., Іваськіва К.Ю., Орленко В.Л., Гонтар Т.М.

Міжнародний науково-навчальний центр інформаційних технологій і

систем НАН України і МОН України,

ДУ «Інститут ендокринології та обміну речовин

імені В.П. Комісаренка НАМНУ»,

м. Київ

Цукровий діабет розповсюджене хронічне захворювання, яке по оцінкам ВОЗ, набуло характеру неінфекційної епідемії. Так як діабет є хронічним ендокринним захворюванням, він вимагає ретельного повсякденного спостереження пацієнтом за способом свого життя. Тому існує необхідність в розробці інформаційно-комунікаційних медичних систем та додатків для підтримки прийняття рішень при контролі за діабетичним статусом організму. Зважаючи на інтенсивний розвиток мобільних технологій, які забезпечують інформаційну оперативну підтримку пацієнта „в долоні” і на розвиток хмарних технологій, які надають можливість збереження і оперативного доступу до великої кількості даних пацієнтів, вважається за доцільне розробка і впровадження цих технологій в медичні установи.

Мета. Розробка мобільної медичної інформаційної системи підтримки прийняття рішень в діабетології з використанням хмарного середовища для підвищення якості самоконтролю користувача за станом глікемічного статусу при діабеті та забезпечення оперативного доступу до даних пацієнта з боку лікаря.

Інформаційна система складається з двох додатків:

- Мобільний додаток для пацієнта
- Мобільний додаток для лікаря

Мобільний додаток для пацієнта включає три функціональні модулі, які можуть використовуватись користувачем для самоконтролю стану свого організму:

- Рання діагностика
- Енергобаланс
- Взаємодія лікарських препаратів

Мобільний додаток для лікаря дозволить поповнювати базу даних пацієнтів, видаляти та переглядати завантажені пацієнтом дані про харчування, активність, рівень цукру крові та інформацію про прийом лікарських препаратів. Саме ці дані матимуть інформаційну користь для лікаря адже, якщо енергобаланс користувача знаходиться в більш менш нормальному стані, а рівень цукру виходить за межі допустимих границь, це означає, що пацієнт потребує додаткової корекції медикаментозного лікування.

Інтегрована в хмарне середовище інформаційна система розширить границі медичної підтримки хворих на діабет і сприятиме підвищенню якості розв'язання прикладних задач в діабетології.

ВИЗНАЧЕННЯ РИЗИКУ ВИНИКНЕННЯ ДВС-СИНДРОМУ

Кириленко Ю. А., Перова І. Г., Дацок О.М.

Харківський національний університет радіоелектроніки, м. Харків

У даній роботі розглянуто створення інформаційної технології визначення ризику виникнення ДВС-синдрому для своєчасної діагностики та цілеспрямованого моніторингу терапії.

Дисеміноване внутрішньосудинне згортання крові (ДВС) – це клініко-патогенетичний синдром, який ускладнює багато захворювань. Синдром ДВС може супроводжуватися як тромбозами, так і кровотечею, але частіше це відбувається одночасно, приводячи до складного ланцюга патогенетичних подій, поліорганної недостатності і смерті хворого. Синдром ДВС – не самостійне захворювання, воно завжди вторинне і розвивається на тлі різних клінічних ситуацій. Таке розуміння синдрому ДВС призвело до найважливішого практичного висновку, в основі його терапії лежить лікування захворювання або причин, що викликали розлади коагуляції [1].

Велика кількість людей мають фактори ризику, обумовлені генетичними дефектами окремих ланок гемостазу, застосуванням деяких фармакологічних препаратів, в тому числі антибіотиків і оральних контрацептивів, наявністю супутніх захворювань. У звичайних умовах дисбаланс компонентів системи згортання може не проявитися, але в умовах оперативного втручання або безконтрольно призначеної терапії – ризик важких ускладнень у таких пацієнтів багаторазово зростає. Виявлення факторів ризику у різних груп пацієнтів і прийняття відповідних профілактичних заходів дозволяє уникнути важких ускладнень.

У роботі використовуються кількісні характеристики результатів плазмового гемостазу та часу згортання крові, облік яких дозволяє об'єктивно дослідити і отримати прогностично значущі показники, які відіграють важливу роль у визначенні ризику розвитку ДВС-синдрому.

Як фактори, що впливають на результат, розглядається 7 кількісних характеристик: протромбіновий час (ПЧ), протромбіновий індекс (ПТ), міжнародне нормалізоване відношення (МНО), активований частковий тромбoplastиновий час (АЧТЧ), тромбіновий час (ТЧ), фібриноген, час згортання крові, значення яких були отримані у харківській філії мережі лабораторій Invivo. Таким чином, розроблена інформаційна технологія за результатами проведених лабораторних досліджень визначає ймовірність виникнення ДВС-синдрому, шляхом використання багатовимірного нео-фаззі нейрону, що дає можливість підвищити ефективність проведення лікувально-профілактичних заходів.

Література:

1. Вавилова, Т.В., Лабораторные исследования в диагностике синдрома ДВС / Т.В. Вавилова // Новости хирургии. 2010. Том. 18, № 5. С. 166-174.
2. S.M.K. Mahmoud, I. Perova, I. Pliss, Multidimensional neo-fuzzy-neuron for solving medical diagnostics tasks in online-mode // Journal of Applied Computer Science, 2017, Vol. 25, № 1, pp. 39-48.

САМОКЕРУВАННЯ ПЕРСОНАЛЬНИМ ЗДОРОВ'ЯМ ЯК ВАЛЕОМАРКЕР В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Кобзар Т.А., Крячок Т.В., Семіхова О.С., Веткіна З.В.

Міжнародний науково-навчальний центр інформаційних технологій та систем Національної академії наук України та Міністерства освіти і науки України, м. Київ

Розглянуто питання необхідності розвитку персоналізованих методів і засобів контролю і моніторингу здоров'я з використанням смарт-технологій.

У світлі сучасних соціальних тенденцій, пов'язаних, зокрема, з реформуванням системи медичного обслуговування населення, проблема індивідуального здоров'я набуває нового звучання. На жаль, розвиток цивілізації спонукає до виникнення нових станів і захворювань, які поглиблюючи ті, що вже існують, з часом самі стають соціально значущими. В цьому контексті, насамперед виступає питання персональної відповідальності індивіда за власне здоров'я. Ця проблема, що є психологічною за своїм характером та має на увазі ствердження головного валеологічного постулату «Моє здоров'я – в моїх руках», в умовах тотальної комерціалізації медичних послуг набуває ще й соціального значення. Тому, питання розвитку персоналізованих методів і засобів для самоконтролю та самомоніторингу здоров'я з використанням смарт-технологій є актуальним. Так, все більшого поширення набуває використання персоналізованих приладів, спеціальних гаджетів, мобільних додатків, методів анкетування за допомогою комп'ютерних програм з високовалідизованими тестовими опитувальниками та оцінками стану, якими може скористатись будь-який зацікавлений індивід для попередньої уяви про власний стан. Так само, перспективним є моделювання розвитку різних аспектів індивідуального здоров'я з використанням «розумних» діагностичних підходів, в тому числі алгоритмів діагностики та прогнозування, оснований на знанні етіопатогенезу захворювань, індивідуального генетичного, конституційного, соціального і техногенно-екологічного профілю для стратифікації індивідів (пацієнтів) в різні групи ризику, що дозволить більш ефективно використовувати низьковартісні методи і ресурси первинної ланки охорони здоров'я в справі оздоровлення контингентів населення і всієї нації. Метою такого моделювання є виявлення схильності і факторів ризику виникнення і розвитку окремих захворювань, зокрема, АГ, метаболічного синдрому тощо; скринінг з метою виявлення ранніх проявів захворювань; вибір ефективного керування станом; оцінка ефективності цього керування за критеріями; моделювання економічних витрат.

Критеріями ефективності використаних технологій у керуванні персональним здоров'ям є поліпшення якості життя, збільшення активного, повноцінного періоду життя, а також, його продовження. Прагнення індивіду до самоконтролю і самомоніторингу, що стверджує його активну позицію в питанні керування власним здоров'ям, без сумніву, є соціальним валеомаркером в умовах цифровізації суспільства.

ВОЗМОЖНОСТИ КАПИЛЛЯРОСКОПИИ В КЛИНИЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ

Ковалева А.А.

Харьковский национальный университет радиозлектроники, г. Харьков

Актуальным вопросом современной медицины является поиск новых методов диагностики, позволяющих выявить мельчайшие изменения еще на доклиническом этапе [1, 2]. Изучение системы микроциркуляции важно для диагностики, оценки тяжести и характера течения патологических процессов в организме человека, прогнозирования их динамики, контроля за эффективностью лечения. Для исследования микроциркуляции традиционно применяют биомикроскопические методы исследования капиллярного кровотока. Одним из таких наиболее актуальных и перспективных методов является капилляроскопия [2, 3].

Целью исследования является изучение возможностей капилляроскопии в клинической практике как информативного и доступного метода оценки состояния периферического кровообращения.

В работе рассмотрена математическая модель, описывающая процессы обмена веществ в организме человека. Особенность данной модели состоит в том, что предлагается формулировка краевой задачи, учитывающей взаимосвязанные процессы в организме. Математическая модель позволяет проанализировать зависимость объемной скорости фильтрации от многих физических параметров. Даваемые моделью результаты позволяют количественно оценивать интенсивность обменных процессов в норме и при патологии, а также делать выводы о наиболее вероятных причинах возникновения патологий микроциркуляции. Полученные результаты можно сравнить с экспериментальными данными, полученными методом капилляроскопического исследования. Также, учитывая тот факт, что изменение в капиллярном звене тесно коррелирует с нарушениями в центральной гемодинамике, изучение параметров капилляров позволяет не только судить о ее функционировании, так и определять диагностические и прогностические критерии при патологии различных органов. Изучение микроциркуляции с помощью капилляроскопии позволяет выявить начальные морфологические и функциональные изменения при развитии ряда заболеваний, а также контролировать эффективность проводимого лечения.

Литература:

1. Аврунин О.Г. Опыт разработки биомедицинской системы цифровой микроскопии / О.Г. Аврунин // Прикладная радиозлектроника. – 2009. – Т.8. – № 1. – С. 46-52.
2. Михайлов В.М. Развитие метода компьютерной капилляроскопии для функциональной диагностики состояния сердечно-сосудистой системы человека / В.М. Михайлов, Ю.И. Гурфинкель, М.И. Кудуткина, Б.Б. Ушаков // Микроциркуляция в клинической практике: матер. II Всерос. науч. конф. – М., 2006. – С. 72.
3. Шабрыкина Н.С. Применение математической модели микроциркуляторных процессов для диагностики функциональных расстройств микроциркуляции / Н.С. Шабрыкина // Рос. журн. биомеханики. – 2007. – Т. 11, № 2. – С. 9–14.

ПОРІВНЯННЯ СИСТЕМ БІОМЕТРИЧНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ**Коваль Л.Г., Злепко С.М., Новіцький Г.М., Паламарчук М.І.****Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця**

Робота оптичних сканерів для систем біомедичної ідентифікації базується на використанні одного з таких принципів отримання зображення: оптичний метод на просвіт або на відбиття; оптичні безконтактні сканери; напівпровідникові сканери; ємнісні сканери; радіочастотні сканери; сканери, що використовують метод тиску; термосканери; сканери на основі ультразвукового методу [1]. Причини, які призводять до помилок ідентифікації і зумовлені оптичними сканерами, мають різну природу і джерела походження, що суттєво ускладнює вибір методів і засобів боротьби з ними.

Основними характеристиками будь-якої біометричної ідентифікаційної системи є два показники – FAR (“помилкове схвалення”) і FRR (“помилкова відмова”). Перше число характеризує ймовірність невірної збігу біометричних характеристик двох людей. Друге – ймовірність відмови доступу людині, що має допуск. Система тим краща, чим менше значення FRR за однакових значень FAR [2]. Стійкість до підроблення – це емпірична характеристика, що узагальнює те, наскільки легко можна отримати несанкціонований доступ. Стійкість до докільця емпірично оцінює стійкість роботи системи за різних зовнішніх умов. Простота використання визначає складність використання біометричного сканера, можливість ідентифікації “нашвидкуруч”. Важливими характеристиками є швидкодія та вартість системи.

Результати порівняння систем біометричної ідентифікації за зазначеними критеріями, нормованими за 10-бальною шкалою, наведено в таблиці.

Таблиця. Основні характеристики систем біометричної ідентифікації

Метод	Стійкість до підроблення	Стійкість до докільця	Простота використання	Вартість	Швидкодія	Стабільність ознаки в часі
Сканування райдужки	10	9	8	7	10	10
Дактилоскопія	6	10	9	10	10	9
Сканування обличчя (2D)	4	6	6	10	10	8
Сканування обличчя (3D)	9	8	10	5	7	10
Сканування вен руки	10	7	9	7	8	7
Сканування сітківки	10	10	6	3	6	9

Література:

1. Царьов Р. Ю. Біометричні технології : навч. посібник / Р. Ю. Царьов, Т. М. Лемеха. – Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2016. – 140 с.
2. Моржаков В. Современные биометрические методы идентификации / В. Моржаков, А. Мальцев // Безопасность. Достоверность. Информация. – 2009. – № 83. – С. 44–48.

ВИЯВЛЕННЯ ЕКГ МАРКЕРІВ АКТИВНОСТІ ЗАХВОРЮВАННЯ У ДІТЕЙ З ДИСПЛАЗІЄЮ СПОЛУЧНОЇ ТКАНИНИ

¹Кривова О.А., ¹Козак Л.М., ²Чайковський І.А.

¹*Міжнародний науково-навчальний центр інформаційних технологій та систем Національної академії наук України та Міністерства освіти і науки України,*

²*Інститут кібернетики імені В. М. Глушкова НАН України, м. Київ*

Дисплазія сполучної тканини (ДСТ) - це системне захворювання, яке найчастіше викликає патологічні зміни в серцево-судинній і кістковій системах. Відсутність загальноприйнятих стандартів, які характеризують активність захворювання, ускладнює роботу лікарів.

Мета дослідження: визначення діагностичних критеріїв активності захворювання у дітей з проявами ДСТ на основі системи показників ЕКГ.

Результати. За результатами лабораторно-клінічного обстеження визначено активність захворювань 25 дітей з проявами ДСТ. Індекс функціонального стану (ІФС) серцево-судинної системи оцінювали за допомогою технології багаторівневого аналізу ЕКГ [1].

Методом *k*-середніх з 10-кратною крос-валідацією визначено дві типологічні групи за комплексними оцінками: стану регуляції ССС, міокарду і його резервів за методом визначення маркерів функціонального стану ССС [2]. Група 1 (16 дітей) мала низький рівень функціонального стану: $ІФС_1=58,3\pm 8,1$. Група 2 (9 дітей) – значимо відрізнялась вищими комплексними оцінками серцево-судинної системи: $ІФС_2=68,3 \pm 5,2$.

Визначено оптимальний набір предикторів функціонального стану за розробленою регресійною моделлю (алгоритм CART) з використанням модуля Data Mining пакету Statistica 10: для ІФС за 5 показниками ЕКГ коефіцієнт кореляції $R=0,88$; похибка 18,8 %. Цей набір предикторів ФС протестовано для прогнозу активності захворювання. Шкала активності захворювань складалась із 4-х градацій (0, 1, 2, 3). Побудовано класифікаційну модель для активності ДСТ (алгоритм CART). Структуру оптимального дерева класифікації визначили такі показники ЕКГ: коефіцієнт симетрії Т-зубця (I), амплітуда зубця Т (II), інтегральний показник форми STT (II), кут α QRS у фронтальній площині. Загальна точність класифікації активності ДСТ на навчальній вибірці після крос-валідації - 88%. Перші дві стадії ДСТ класифікуються безпомилково.

Висновки. Визначений за методами Data Mining набір ЕКГ показників та діагностичні критерії для оцінки функціонального стану ССС уможливають підвищення точності класифікації активності захворювання дітей з ДСТ.

Література:

1. Чайковський І.А. Концепция многостороннего анализа электрокардиограммы с помощью портативных электрокардиографов как составной части профилактического медицинского осмотра. Профилактическая медицина. 2014. № 17(2). С. 42-48.
2. Kozak L.M., Kovalenko A.S., Kryvova O.A., Romanyuk O.A. Digital transformation in medicine: from formalized medical documents to information technologies of digital medicine. Кибернетика и вычислительная техника. 2018,1(194). С. 61-78.

ОСОБЛИВОСТІ КОМП'ЮТЕРНОГО ПЛАНУВАННЯ ХІРУРГІЧНИХ ВТРУЧАНЬ

¹Кухаренко Д.В., ²Носова Я.В.

¹*Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського, м. Кременчук*

²*Харківський національний університет радіоелектроніки,
м. Харків*

Комп'ютерне планування в хірургії базується на моделюванні оперативних втручань за усередненими анатомічними даними. Тому, для збільшення адекватності процедур проведення та прогнозування наслідків оперативних втручань важливими питаннями є урахування індивідуальної анатомічної мінливості при побудові відповідних моделей. Це можливо або безпосередньо за результатами інтроскопічних (томографічних, ультразвукових та інших) досліджень, або за рахунок визначення статистичних залежностей між опорними анатомічними орієнтирами та внутрішніми структурами. Тільки таким чином за допомогою спеціального програмного забезпечення лікар може швидко й ефективно обробляти інформацію, що надходить від діагностичних приладів і моделювати альтернативні рішення при плануванні оперативного втручання [1-3].

Головним завданням комп'ютерного планування оперативних втручань є вибір найменш травматичного хірургічного доступу до оперуємої ділянки з багатьох можливих варіантів з урахуванням її анатомічної особливості. Застосування комп'ютерного планування в хірургії на високоточних анатомічних віртуальних моделях може значно зменшити ризик післяопераційних ускладнень, прискорити і спростити роботу лікаря, допомогти йому уникнути власних помилок, підготувати лікаря до можливого виникнення небажаних ситуацій за рахунок знання точної геометрії та просторових взаємовідносин структур області оперативного втручання. Авторами на основі теоретичних досліджень і експериментів пропонуються засоби комп'ютерного планування хірургічних втручань в галузях офтальмології, вертебрології, ринології та нейрохірургії

Література:

1. The surgical navigation system with optical position determination technology and sources of errors // O.G. Avrunin, M. Alkhorayef, H.F.I. Saied, M.Y. Tymkovych // Journal of Medical Imaging and Health Informatics. – 2015. –Vol. 5. – P. 689–696.
2. Skidanov, A., Avrunin, A., Tymkovych, M., Zmiyenko, Y., Levitskaya, L., Mischenko, L., & Radchenko, V. (2015). Assessment of paravertebral soft tissues using computed tomography. Orthopaedics, Traumatology and Prosthetics, 3, 61–64. doi:<http://dx.doi.org/10.15674/0030-59872015361-64>.
3. Аврунин О.Г. Определение степени инвазивности хирургического доступа при компьютерном планировании оперативных вмешательств [Текст] / О.Г. Аврунин, М.Ю. Тымкович, Х.И. Фарук // Бионика интеллекта. – 2013. – Т. 81 (2). – С. 101– 104.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ УСЛОВИЙ СРАВНИТЕЛЬНОГО КОЛИЧЕСТВЕННОГО АНАЛИЗА ПРОДУКТИВНОСТИ КУКУРУЗЫ

Ларинцева Н.В., Горбунов Л.В., Гербич К.С.

*Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»,
г. Харьков*

В Украине всегда большое внимание уделялось сельскому хозяйству, особенно его аграрному комплексу. Постоянно шли разработки над созданием высокопродуктивных сортов и гибридов ценных сельскохозяйственных культур, одной из которых является кукуруза из-за высокой продуктивности и неприхотливостью к условиям выращивания. Однако селекционные работы это очень трудоемкий процесс, который требует большого количества время и ресурсов. Поэтому при планировании экспериментов и прогнозирования его результатов, актуальным является использование математических моделей. Они позволяют существенно уменьшить затраты и сократить время на проведение эксперимента.

Целью данного исследования было выявление закономерностей влияния гетерогенности гибридов инбредных линии кукурузы и эффективности этапов их выращивания при помощи разработанной имитационной модели.

Объектами исследования выбраны гибриды 6-ти инбредных линий кукурузы нормального типа ВИР-44, Р-346, Т-22, А-619, Р-165, В-37, полученных вследствие их диаллельных скрещиваний по второму методу Гриффинга [1]. Гибриды получены и выращены в 2011-2012 годах в Исследовательском хозяйстве Института растениеводства им. В.Я. Юрьева НААН (ИР НААН) «Элитное» и на Устимовской опытной станции растениеводства (УОСР). Полевые опыты выполнялись согласно общепринятой методике полевого эксперимента [2].

При помощи виртуального эксперимента установлено, что при выращивании семян гибридов кукурузы в условиях различных хозяйств в 2012 году получены разные значения массы проб, содержащие по 1000 семян отдельно для каждого генотипа. Экспериментально полученные значения дают расхождения до 64% тогда как модельные не превышают 18%. Кратность повышения сопоставимости результатов, при использовании предложенной модели, в среднем составляет 7,3 раза и изменяется от 0,9 до 25.

Таким образом, получена математическая модель, отражающая зависимости между продуктивностью, временем созревания и регионом произрастания гибридов инбредных линии кукурузы типа ВИР-44, Р-346, Т-22, А-619, Р-165, В-37.

Литература:

1. Турбин Н.В. Диаллельный анализ в селекции растений / Н.В. Турбин, Л.В. Хотылева, Л. А.Тарутина. –Минск : Наука и техника, 1974 –179с
2. Доспехов Б.А. Методика полевого опыта / Б.А. Доспехов.- М.: Агропромиздат, 1985 - 351с.

ДОКАЗОВА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЕНДОСКОПІЧНИХ РИНОЛОГІЧНИХ ВТРУЧАНЬ

¹Лобурець А.В., ²Носова Я.В.

¹*Українська медична стоматологічна академія, м. Полтава*

²*Харківський національний університет радіоелектроніки, м. Харків*

Бурхливий розвиток в останні десятиріччя ендоскопічної хірургії дозволяє оцінити загальну ефективність даного підходу та виявити присутні йому певні особливості, які пов'язано з необхідністю видалення патологічно змінених тканин з мінімально можливою травматизацією навколишніх структур та збереження функціональних і захисних механізмів того анатомічного утворення, на якому проводиться втручання [1-3]. Відсутність прямого візуального контролю при ендоскопічних операціях, травматичність і обмеження хірургічного доступу повинні не повинні супроводжуватися зниженням ефективності лікування, неповною елімінацією наявної патології й погіршенням віддалених результатів [1].

В роботі пропонується виконувати визначення ефективності ендоскопічних ринохірургічних втручання на основі порівняння результатів функціональних та інтроскопічних обстежень в перед- та після операційних періодах. Порівняння функціонального результату втручання здійснюється за аналізом риноманометричних даних: коефіцієнтів аеродинамічного носового опору, ефективності носового дихання, перепадів тиску, витрати повітря та додаткових показників. Для оцінки післяопераційних змін архітекtonіки носової порожнини виконується порівняльний аналіз даних комп'ютерної томографії для визначення наявності та змін конфігурації характерних анатомічних структур, співусть придаткових пазух носа та формування різницевого зображень томографічних зрізів, що виконуються на однакових рівнях для візуального та кількісного визначення конфігураційних змін.

Такий підхід дає можливість доказово визначати ефективність малоінвазивних ендоскопічних втручання за показниками покращення носового дихання та відповідними змінами анатомічної конфігурації носової порожнини.

Література:

1. Аврунін О.Г., Безшапочний С.Б., Бодяньський Є.В., Семенець В.В., Філатов В.О. Інтелектуальні технології моделювання хірургічних втручання. – Харків: ХНУРЕ, 2018. – 224 с.
2. Аврунін О.Г. Сравнение дискриминантных характеристик риноманометрических методов диагностики / О.Г. Аврунін, В.В. Семенец, П.Ф. Щапов // Радіотехніка. – 2011. – 164. – С. 102–107.
3. The role of paranasal sinuses in the aerodynamics of the nasal cavities / Н. Farouk, Е. Abaida, А. Khaleel, О. Avrunin // International Journal of Life Science and Medical Research. – 2012. – Vol. 2., №3. – P. 52-55.

АВТОМАТИЗАЦІЯ СТВОРЕННЯ ВІДОМЧИХ МЕДИЧНИХ ЗВІТІВ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я МІНІСТЕРСТВА ОБОРОНИ УКРАЇНИ

Лопін Є.Б.

Українська військово-медична академія, м. Київ

Актуальність даного дослідження обумовлена необхідністю створення інформаційної системи управління медичним забезпеченням та медичної інформаційної системи складових сил оборони, що передбачено завданнями 1.4.8 та 4.2.7 Матриці досягнення стратегічних цілей і виконання основних завдань оборонної реформи Стратегічного оборонного бюлетеня України (далі СОБ), схваленого Указом Президента України від 06.06.2016 р. № 240/2016 [1].

В результаті даного дослідження була розроблена експериментальна програма обліку стаціонарно пролікованих пацієнтів, в якій була реалізована прикладна інформаційна технологія створення 4 таблиць щорічних медичних звітів закладів охорони здоров'я Міністерства оборони України за формою 3/Мед, в яких відображаються процеси руху та результати лікування пацієнтів: “Розділ I. – (ч. 1) Хворі хірургії”, “Розділ I. – (ч. 2) Хворі терапії”, “Розділ II. – Контингенти хворих”, “Розділ VII. – Форми хвороб”.

Для створення даних таблиць виявилось необхідним використання:

- таблиць-класифікаторів – лікувальних відділень, контингентів пацієнтів, результатів лікування, місць перебування пацієнтів, рішень військово-лікарської комісії, діагнозів, класів та груп хвороб за МКХ-10 та типів діагнозів (основний, супутній, ускладнення);

- таблиць бази даних обліку пролікованих пацієнтів з полями наступного змісту – дата надходження та виписки пацієнта, код відділення, де пацієнт проходив лікування, код контингенту пацієнта, код результату лікування, код місця куди (звідкіля) був переведений, код рішення військово-лікарської комісії, код діагнозу за МКХ-10, код типу діагнозу.

В результаті під час виконання даного дослідження:

було встановлено, що для автоматизованого формування 4 таблиць щорічних галузевих медичних звітів за формою 3/Мед необхідне заповнення всього 7 полів бази даних;

розрахунковим методом була доведена економічна доцільність запровадження електронного обліку пролікованих пацієнтів за допомогою автоматизованої інформаційної системи.

Література:

1. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 20 травня 2016 року “Про Стратегічний оборонний бюлетень України”: Указ Президента України від 6 червня 2016 року № 240/2016 [Електронний ресурс] / Президент України. – Електрон. дан. – [б. м.], [20—?]. – Редакція від 06.06.2016. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/240/2016/paran10#n10>. – Загол. з екрану. – Мов. укр.

ОЦЕНКА ФАКТОРА РИСКА НАРУШЕНИЯ РАБОТЫ МЕХАНИЗМА РЕГУЛЯЦИИ СИСТЕМЫ КРОВООБРАЩЕНИЯ

Межеричкий С.Г., Шейн А.Н.

*Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»,
г. Харьков*

В работе рассмотрены вопросы анализа текущего состояния регуляторного механизма системы кровообращения. Исходными данными являются результаты комплексного инструментального исследования, включающего в себя синхронную запись и обработку сфигмограммы сонной артерии, фонокардиограммы и одного отведения электрокардиограммы. Актуальность исследований в данном направлении обусловлена возможностью выявления на ранних стадиях заболеваний, связанных с нарушениями работы механизма регуляции системы кровообращения, например, стеноза аорты или аортальной недостаточности. Анализ состояния системы кровообращения производится с использованием показателей фазовой структуры сердечного цикла, которые определяются после инструментальной части исследования. По окончании этапа ввода указанных сигналов производится определение их амплитудных и временных показателей на основании выделения характерных точек каждого сигнала. Перед этим, при необходимости, производится предварительная обработка результатов, позволяющая минимизировать влияние объективных и субъективных факторов, которые могут возникнуть при проведении эксперимента, на полезный сигнал. Полученные в результате обработки параметры характерных точек сигналов, используются для вычисления показателей продолжительности фаз сердечного цикла: длительности фаз асинхронного и изометрического сокращения; длительности механической, электрической, акустической и общей систолы; длительности диастолы и протодиастолы. На следующем этапе определяются межфазовые и комплексные показатели кардиодинамики: внутрисистолический показатель; индекс напряженности миокарда; время изгнания минутного объема; механический коэффициент по Мюллеру - Блумбергеру и др. Для указанных показателей существуют физиологические нормы, имеющие допустимые границы изменения. Полученные показатели сравниваются с этими нормами, что позволяет определить возможное наличие одного из пяти фазовых синдромов. В качестве этих синдромов рассматриваются: синдромы гиподинамии или гипердинамии; синдром нагрузки объемом; синдром высокого диастолического давления; синдром стеноза исходного тракта желудочка. Для формирования диагностического заключения используется метод сравнения с эталоном (прототипом). При реализации методики разработано программное обеспечение, которое было испытано на тестовых сигналах. Результаты этих испытаний позволяют сделать вывод о перспективности дальнейших исследований в данном направлении для последующей возможности использования разработки в медицинской практике.

МОЖЛИВОСТІ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОЇ НАУКИ

¹Мирна О.М., ¹Павліченко Ю.В., ²Артамонова Н.О.

¹ДУ «Інститут медичної радіології ім. С.П. Григор'єва НАМНУ»,

²Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Для ефективного функціонування національної економіки країни, потрібно займати вагоме місце у глобальній інноваційній системі. Лідируючі позиції займають країни, у яких спостерігається інтенсивний спосіб розвитку з динамічним введенням на ринок інновацій. Забезпечення підвищення конкурентоспроможності країни та її розвиток в сучасних умовах з урахуванням світових науково-технічних досягнень є дуже актуальним [1, 2].

Метою даної роботи є визначення світових тенденцій розвитку медичної науки, на прикладі променевої терапії раку грудної залози з використанням патентних цифрових ресурсів.

У рамках даної роботи було проведено дослідження за темою «Променева терапія раку грудної залози» у БД Espacenet за 6 років. Для визначення можливостей БД було проведено пошук за тематикою із використанням таких функцій як: «бібліографічні дані», «опис», «формула», «документи-аналогі», «посилання» та ін. Серед багатьох компаній, які активно патентують свої розробки, виявлено компанію-лідера – Lanjin Bioengineering Co. Ltd., яка є одним з провідних розробників фармацевтичної біопродукції в Китаї, що спеціалізується на розробці високоякісних функціональних інгредієнтів та експортує продукцію понад двадцятьма ринків, включаючи Європу, Японію, Південно-Східну Азію та ін. У більшості патенти присвячені фармакологічним засобам профілактики та лікування наслідків променевого лікування. Але серед компаній, які мають найбільшу кількість патентів-аналогів, виявлено Гентський університет (Бельгія), винахід якого запатентовано у 4 країнах (США, Австралія, Канада, Південна Африка) та має міжнародні заявки. Це свідчить про його значимість та перспективність використання. Стосовно аналізу посилань на патенти Lanjin Bioengineering Co LTD, встановлено, що певний інтерес вони викликають у таких компаній, як: Wyeth LLC (США), Cyclacel LTD (Велика Британія), AB Science (Франція).

Таким чином, використання сучасних цифрових патентних ресурсів відкриває перед користувачем широкі можливості і надає усю необхідну науково-технічну і правову інформацію, аналіз якої дозволить підвищити конкурентоспроможність вітчизняних досліджень.

Література:

1. Дудко Т.А. Применение патентного поиска для повышения эффективности научных исследовательских работ / Т.А. Дудко, А.В. Дудко // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2012. – № S1. – С. 107–110.
2. Митрошин И. А. Современные методы патентно-информационного обеспечения в научных библиотеках / И. А. Митрошин // Наукометрия: методология, инструменты, практическое применение: Сб. науч. ст. / под редакцией А.И. Груши. – Минск: Изд-во: Республиканское унитарное предприятие «Издательский дом «Белорусская наука», 2018. – С. 197–209.

ЗАСТОСУВАННЯ БАГАТОВИМІРНОГО НЕО-ФАЗЗИ НЕЙРОНУ ДЛЯ ДІАГНОСТУВАННЯ В МЕДИЦИНІ

Мірошніченко Н.С., Перова І.Г.

*Харківський національний університет радіоелектроніки,
м. Харків*

В роботі розглянуто розподіл реальних медичних даних на діагнози для кожного з пацієнтів та розрахунок відсотку помилки при навчанні системи та при її тестуванні.

Для розподілу медичних даних використано алгоритми навчання нео-фаззи мереж, на основі багатовимірний нео-фаззи нейрона. Так як медичні дані мають нелінійний розподіл, слід використовувати нейронні мережі з нелінійним розподілом даних. Такою мережею є багатовимірний нео-фаззи нейрон, він складається з нелінійних синапсів, в яких реалізуються елементарні правила нечіткого виведення. При надходженні на вхід нео-фаззи-нейрону векторного сигналу $x(k) = (x_1(k), x_2(k), \dots, x_n(k))^T \in R^n$ на його аналоговому

виході з'являється скалярне значення:
$$u(k) = \sum_{i=1}^n f_i(x_i(k)) = \sum_{i=1}^n \sum_{l=1}^h w_{li}(k) \mu_{li}(x_i(k)),$$

а на бінарному $y(k) = \text{sign } u(k)$. Навчали дану систему на реальних медичних даних, в якості яких було обрано показники клінічного та біохімічного аналізу крові, а також антропометричні дані пацієнта та його скарги. В свою чергу вихідний вектор відображений трьома діагнозами: ішемічною хворобою серця, гіпертонічною хворобою та умовно здоровими пацієнтами. Після нормування та кодування даних, вони можуть бути оброблені автоматично. Таким чином, вихідні дані розподілили на навчальну і тестову частини. Пронормований та закодований вектор вхідних значень поступив на вхід багатовимірний нео-фаззи нейрону. При надходженні вектора стовпця вхідних ознак кожного пацієнта до однотипних нелінійних синапсів нео-фаззи-нейронів, кожен нейрон яких генерує на виході сигнал $\hat{x}_d(k)$, $d = 1, 2, \dots, m$. У результаті компоненти вектору виходів $\hat{x}(k) = (\hat{x}_1(k), \hat{x}_2(k), \dots, \hat{x}_m(k))^T$ обчислюються незалежно. Далі обчисленні значення потрапляють на синаптичні ваги, вектори поточних значень рівнів належності і значення синаптичних ваг перемножуються та формують аналоговий вихід системи. Щоб отримати більш точні результати, мережа повинна краще налаштувати синаптичні ваги, їх налаштування здійснюється за допомогою алгоритму Уидроу-Хоффа [1]. Звівши сигнал помилки до мінімального значення, отримуємо результат роботи мережі у відсотках, при навчанні відсоток помилки склав 1,53%, а при тестуванні 4,38%. Після цього нео-фаззи нейрон вважається навченим та готовим до проведення діагностування.

Література:

1. Мірошніченко Н.С., Медицинское диагностирование на основе нейросетевых технологий / Н.С. Мірошніченко, І.Г. Перова, // Прикладная радиоэлектроника: науч.-техн. журнал. – 2017. Том 16. № 1. – С. 46–50.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СИСТЕМ ВИРТУАЛЬНОЙ И ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ В МЕДИЦИНЕ

Наконечный И.М., Евстратов Н.Д.

Харьковский национальный университет радиоэлектроники, г. Харьков

В настоящее время, в связи с совершенствованием вычислительной техники, методов компьютерной графики, сложных сенсоров и методов вычислительного интеллекта для обработки данных в реальном времени, наблюдается интенсивное развитие систем виртуальной (VR) и дополненной реальности (AR). Эти системы, за счет вычислительных ресурсов и подходов анализа и визуализации данных позволяют, фактически, обеспечить интеграцию и слияние физического и виртуального миров. Будущие применения этой технологии в медицине безграничны и позволят, в первую очередь, обеспечить эффективную навигацию для систем малоинвазивной хирургии, реалистичного моделирования хирургических приемов при выборе операционного доступа [1-3].

Системы виртуальной реальности возможно использовать только для имитационного моделирования хирургических вмешательств и, фактически, для обучения специалистов. Системы дополненной реальности позволяют интегрировать восприятие физической реальности операционного поля с расширенными данными, полученными по результатам компьютерно-томографического, магнитно-резонансного, ультразвукового или других видов обследований. Это позволит существенно увеличить клиническую эффективность хирургических вмешательств за счет повышения информативности визуализации входных данных об операционном поле в реальном масштабе времени. Системы технического зрения современных хирургических роботов должны ориентироваться на поддержку средств дополненной реальности. Развитие таких многоплановых технологий и расширение области их применения приводит к востребованности высококвалифицированных специалистов в этой области.

Перспективой работы является разработка модуля визуализации для хирургической системы дополненной реальности, обладающего возможностями объединения и отображения мультимодальных диагностических данных об оперируемой области с учетом возможностей современных средств медицинской визуализации.

Литература.

1. Аврунин О.Г., Аверьянова Л.А., Бых А.И., Головенко В.М., Скляр О.И. Методика создания виртуальных средств имитации работы рентгеновского компьютерного томографа // Техническая электродинамика. Тем. Вып. – Киев, 2007. – Т. 5, С.105-110.
2. Носова Я. В. Использование информационных моделей при разработке виртуальных обучающих систем / Я.В. Носова // Медицинские приборы и технологии: междунар. сб. науч. ст. – Тула : ТулГУ, 2013. – С. 23—25.
3. O. Avrunin, L. Aver'yanova, V. Golovenko, O. Sklyar E-Learning of Functioning Principles Medical Intrascopy Systems//2-th International Conference "Modern (e-) Learning", July, 2007, Varna, Bulgaria, ITHEA SOFIA, – P.134-137.

ВИЗНАЧЕННЯ ОБ'ЄКТІВ І СУБ'ЄКТІВ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ПРИПИСУВАННЯ-ВІДПУСКУ- ВЖИВАННЯ ЛІКАРСЬКОГО ЗАСОБУ

Пезенцалі Г.О.

Міжнародний науково-навчальний центр інформаційних технологій і систем НАН України та МОН України, м. Київ

Беручи за основу те, що інформаційне забезпечення (ІЗ) спирається на визначення *Суб'єктів ІЗ, Об'єктів ІЗ та Дій ІЗ*, в роботі визначено *Об'єкти ІЗ і Суб'єкти ІЗ*. процесу приписування-відпуску-вживання лікарського засобу (Процес, П), де *Об'єктами ІЗ* взято *Суб'єкти П, Об'єкти П та Дії П*.

Розглядаючи як концептуальне рішення базового інформаційного забезпечення Процесу електронний рецепт, за основу взято положення проекту ДСТУ ISO 17523:2018 (ISO 17523:2016, IDT) «Інформатика в охороні здоров'я. Вимоги до електронних рецептів», з якого для опису Процесу взято визначення основних учасників і необхідної інформації електронного рецепта.

Суб'єктами П виступають учасники: 1) той, хто приписує (фахівець медицини), 2) той, хто здійснює відпуск лікарського засобу (ЛЗ) (фахівець фармацевтичної сфери), і 3) той, хто вживає ЛЗ (пацієнт) та/або здійснює введення ЛЗ пацієнту.

Об'єкти П — це 1) насамперед сам ЛЗ; 2) пов'язані з учасниками об'єкти (наприклад, зареєстровані заклади, де працюють відповідні фахівці сфери охорони здоров'я); 3) електронний рецепт, як артефакт Процесу.

Дії П — це факти та результати щодо здійснення етапів Процесу: 1) приписування (цей факт реєструють через створення електронного рецепта), 2) відпуску та 3) вживання ЛЗ тощо.

Таким чином *Об'єктами ІЗ* є інформація щодо розглянутих *Суб'єктів П* (ідентифікатори, визначення і описи, зокрема атрибути і повноваження), *Об'єктів П* (ідентифікатори, визначення і описи, зокрема атрибути та відношення) і *Дій П* (ідентифікатори, визначення і описи фактів дій, зокрема атрибути часу здійснення, назви й опису результату та/або продукту тощо).

Суб'єктами ІЗ виступатимуть інформаційні системи (ІС), які треба, рекомендовано чи можна залучати у Процес: 1) *реєстр лікарських засобів* і актуалізовані на його основі *словники лікарських засобів (MPD)* інших ІС; 2) *клінічна ІС*, де факт приписування фіксують створюючи електронний рецепт. Тут же можна фіксувати факт вживання ЛЗ і реакцій на ліки; 3) *реєстр електронних рецептів*, де реєструють інформацію про поточний статус створеного рецепта; 4) *фармаційна ІС*, де фіксують факт відпуску ліків; 5) *реєстри Суб'єктів П*, пов'язаних з ними *об'єктів* (і відповідні актуалізовані на основі цих реєстрів *словники* інших ІС; 6) *ІС доступу пацієнта до списку ліків пацієнта*; 7) *система управління й аналізу обігу лікарських засобів* тощо.

Для реалізації *інформаційного забезпечення Процесу приписування-відпуску-вживання лікарського засобу* далі треба визначити *Дії ІЗ*, реалізувати інформаційно *Об'єкти ІЗ, Суб'єкти ІЗ та Дії ІЗ*, забезпечуючи взаємодію *Суб'єктів ІЗ*.

ІНФОРМАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ ДЛЯ МЕДИЧНОГО ДІАГНОСТУВАННЯ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Перова І.Г.

*Харківський національний університет радіоелектроніки,
м. Харків*

В роботі розглянуто актуальне питання проведення медичного діагностування в ситуаціях коли дані медико-біологічних досліджень надходять на обробку послідовно (у вигляді потоку даних) в умовах суттєвої апріорної невизначеності. В даному випадку невизначеність виражається у тому, що невідома загальна кількість пацієнтів, невідома наявність репрезентативної вибірки для навчання діагностичної системи, існує можливість зміни кількості ознак пацієнта та діагнозів та вхідні медичні дані можуть містити пропуски та артефакти.

Відомим фактом є той факт, що основним завданням медичної діагностики є визначення можливих діагнозів хворого на основі знань предметної області та даних його обстеження [1-2]. До них відносяться значення ознак в моменти їхнього спостереження, значення анатомо-фізіологічних особливостей і значення подій, що відбулися (анамнез хворого).

Інформаційна технологія реалізується у кілька етапів, першим з яких є етап препроцесінгу даних, в рамках якого проводиться заповнення пропусків, стандартизація та нормування даних в онлайн режимі.

Другим етапом є вибір типу діагностуючих систем в залежності від того чи відомий діагноз пацієнта та чи репрезентативною є вибірка даних, тобто чи є достатньою для навчання системи кількість пацієнтів із відомим діагнозом або ні. Виходячи з цього інформаційна технологія обирає один з трьох варіантів діагностувальних систем: системи, що працюють в режимі контрольованого навчання (при репрезентативній навчальній вибірці), системи, що працюють в режимі активного навчання (при нерепрезентативній навчальній вибірці) та системи, що працюють в режимі самонавчання (при відсутності навчальної виборки).

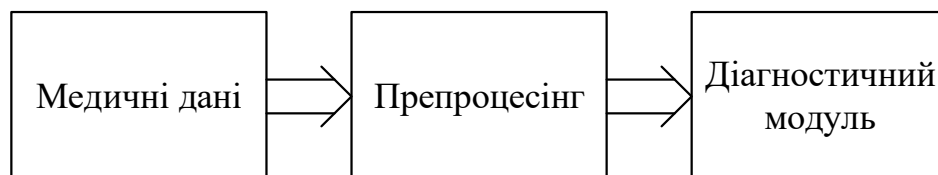


Рисунок 1 – Інформаційна технологія для медичного діагностування в умовах невизначеності

Література:

1. I. Perova Hybrid systems of computational intelligence for online medical diagnostics tasks //The Fourth China-Ukraine Forum On Science And Technology, Harbin, China, 2018, p. 47

ВЕЙВЛЕТ АНАЛІЗ МЕДИЧНИХ ЗОБРАЖЕНЬ В СИСТЕМАХ ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ

Поворознюк А.І., Антоненко Г.І.

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

У сучасному світі рак молочної залози посідає перше місце серед онкозахворювань жінок. Актуальність пошуку методів ефективного діагностування обумовлена постійним збільшенням кількості хворих. Останнім часом щорічний приріст хворих на Україні – близько 3%, однак своєчасне діагностування дає можливість зупинити розвиток хвороби.

Так як багато медичних сигналів нестаціонарні, вейвлетні методи використовуються для розпізнавання і виявлення ключових діагностичних ознак, а також для стиснення зображень з мінімальними втратами діагностичної інформації.

Вейвлети – це функції, які мають вигляд коротких хвильових пакетів з нульовим інтегральним значенням, локалізовані по осі незалежної змінної.

В якості показника наявності патологічних змін молочної залози було обрано мікрокальцинати.

Але так як мікрокальцинати характеризуються високою щільністю, значить, їх можна виявити за допомогою високочастотного фільтра. Проте використання контурної маски або гомоморфної фільтрації може привести до зміни особливостей мікрокальцинатів. Щоб уникнути цього можна використовувати двовимірний вейвлет-трансформацію, яка інваріантна відносно основних характеристик мікрокальцинатів. Вейвлет аналіз дозволяє декомпонувати зображення на декілька рівнів деталізації.

Зображення мамограми аналізувалося до 10 рівня, застосовуючи двоелементне вейвлет-перетворення. Коефіцієнти обчислювалися за наступним виразом

$$S_j^D(x, y) = \begin{cases} S_j^D(x, y), & \text{якщо } |S_j^D(x, y)| < T_j \\ g * S_j^D(x, y), & \text{якщо } |S_j^D(x, y)| \geq T_j \end{cases},$$

де, x і y – просторові координати, D являє собою всі горизонтальні, вертикальні і діагональні підгрупи. T_j – невід'ємний поріг, отриманий з стандартного відхилення відповідного фрагмента зображення.

При відновленні високих частот зображення видимість мікрокальцинатів на тлі інших об'єктів посилилася.

Було розглянуто набір і послідовність дій, за допомогою яких пропонується вирішити задачу знаходження патологій на мамографічних знімках. В результаті обробки зображення отримали наочне уявлення декількох мікрокальцинатів на знімку. При визначенні великої кількості мікрокальцинатів можна буде зробити висновок про можливий розвиток раку молочної залози.

РОЗРОБКА ПРОГРАМИ ДЛЯ РОЗРАХУНКУ ФРАКТАЛЬНОЇ РОЗМІРНОСТІ НАПІВТОНОВИХ ЦИФРОВИХ ЗОБРАЖЕНЬ

Поворознюк А.І., Брагін Д.В.

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

Медичні зображення є одним з важливих засобів отримання візуальної інформації про внутрішні структури і функції людського тіла, яка не сприймається безпосередньо зором. Існуючі методи обробки зображень мають обмежену сферу застосування при обробці медичних зображень, так як зазначені зображення є малоконтрастними, містять значну шумову складову, а діагностичні елементи - значну варіабельність. Крім того, деякі елементи мають нерегулярну (фрактальну) структуру.

Метою роботи є розробка програми розрахунку фрактальної розмірності напівтонових цифрових зображень та їх подальшої класифікації.

Розрахунок фрактальної розмірності функції градації сірого $Z_{ij}, i = \overline{0, k}, j = \overline{0, l}$, де $Z_{ij} \in \{0, 255\}$ – значення інтенсивності пікселів з координатами (i, j) , виконується ітераційно для $\delta = 1, 2, \dots, 127$. При цьому навколо поверхні Z_{ij} будується спеціальне δ -паралельне тіло товщиною 2δ , яке визначається верхньою $u_\delta(i, j)$ і нижньою поверхнями $b_\delta(i, j)$. Обчислюється його об'єм $V_\delta = \sum_{i,j} (u_\delta(i,j) - b_\delta(i,j))$, площа поверхні $S_\delta = V_\delta / 2\delta$ і фрактальна

розмірність поверхні $D = 2 - \log_2 S_\delta / \log_2 \delta$. З огляду на те, що фрактальна розмірність D буде відрізнятися при різних δ , середнє значення відношення $\log_2 S_\delta / \log_2 \delta$ визначається методом найменших квадратів як кутовий коефіцієнт a_1 прямої $y = a_0 + a_1 x$ в координатах $x = \log_2 \delta; y = \log_2 S_\delta$.

Тестові розрахунки показали, що фрактальна розмірність всього зображення не дає статистично значущих результатів про наявність чи відсутність патологій, проте фрактальна розмірність виділених фрагментів є статистично значущою характеристикою наявності / відсутності патологій.

При програмній реалізації наведеного вище методу обґрунтований вибір операційної системи (ОС) Windows, яка займає майже 90% ринку ОС для персональних комп'ютерів. Крім того, її API дозволяє ефективно побудувати необхідний інтерфейс. В якості мови програмування була вибрана мова C #, яка дозволяє використовувати безпосередньо API Windows, має гнучкі можливості для роботи з пам'яттю, має багато бібліотек для роботи з інтерфейсом.

Розроблений програмний продукт повинен мати наступні можливості: відкриття зображень різних форматів; перегляд зображення; наближення і видалення; вибір області розрахунку фрактальної розмірності; розрахунок фрактальної розмірності і класифікація на класи норма / патологія.

Програмна реалізація розробленого методу у вигляді DLL-модулів в складі медичної системи підтримки прийняття рішень дозволять лікарям підвищити достовірність діагностики та вибору адекватної лікувальної тактики.

ЗАСТОСУВАННЯ ЙМОВІРНІСНО-НЕЧІТКОЇ ЛОГІКИ ПРИ СИНТЕЗІ ВИРІШАЛЬНОГО ПРАВИЛА В МЕДИЧНИХ СИСТЕМАХ ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ

¹Поворознюк А.І., ¹Лазебний О.В., ²Передерій В.В.

¹Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут»,

²Харківський національний університет радіоелектроніки,
м. Харків

Розглянуто існуючі методи побудови вирішальних правил у медичних системах підтримки прийняття рішень (СППР), зокрема: детерміністичні методи, засновані на описі структури симптомокомплексів, ймовірнісні методи (метод Байєса, метод Вальда); методи нечіткої логіки; методи розпізнавання образів, що засновані на обчисленні відстаней між об'єктами діагностики (пацієнтами) в просторі діагностичних ознак; метод потенційних функцій; лінгвістичні; структурні методи: нейронні мережі тощо. Виявлені основні переваги та недоліки розглянутих методів та можливість їх застосування для медичної діагностики.

Метою роботи є синтез комбінованого вирішального правила (КВП), яке поєднає ймовірнісний підхід та нечіткий опис структури симптомокомплексів і є основою для створення діагностичної СППР, з метою підвищення ефективності та обґрунтованості діагностичного висновку.

Ймовірнісний підхід, який спирається на метод послідовного аналізу Вальда, передбачає обчислення об'єктивних апріорних умовних ймовірностей $P(x_j / D_k)$ на підставі навчальної вибірки.

Підхід, заснований на нечіткій логіці, полягає в обчисленні функції приналежності $\mu(x_j / D_k)$, отриманої виходячи з думки фахівця щодо структури симптомокомплекса діагноза D_k , що виражає ступінь відповідності значення чисельної ознаки x_j деякій лінгвістичній змінній (наприклад, “висока температура” або “підвищений артеріальний тиск”).

Тоді відношення правдоподібності методу Вальда записується в виді:

$$\Omega = \prod_{j=1}^m h(x_j / D_q) / h(x_j / D_w). \text{ Отримане значення порівнюється з порогами:}$$

якщо $\Omega > A$, то робиться висновок про наявність діагнозу D_q , якщо $\Omega < B$, то – D_w . При невиконанні обох нерівностей аналізується наступна ознака x_j .

Проаналізовано варіанти поєднання складових КВП: $P(x_j / D_k)$ та $\mu^*(x_j / D_k)$ (мультиплікативна та адитивна згортка, колектив ВП по кожній складові) та обґрунтовано варіант адитивної згортки з урахуванням вагових коефіцієнтів $h(x_j / D_k) = k_1 P(x_{ji} / D_k) + k_2 \mu^*(x_j / D_k)$. Вагові коефіцієнти k_1 та k_2 відображають довіру лікаря-експерта до кожної складової, та можуть корегуватися в процесі експлуатації системи.

ПОСТРОЕНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ МОДЕЛИ ЭТАПОВ ДИАГНОСТИКО-ЛЕЧЕБНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В СИСТЕМАХ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В МЕДИЦИНЕ

Поворознюк А.И., Поворознюк О.А., Мумладзе Г.Р.

*Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»,
г. Харьков*

Комплекс диагностически-лечебных мероприятий (ДЛМ) состоит из двух взаимосвязанных этапов: диагностики пациента и лечения выявленных заболеваний с возможной последующей реабилитацией. Результатом диагностики является развернутый диагноз, который включает основное и сопутствующие заболевания. Для лечения того или иного заболевания необходимо выполнить определенные врачебные действия (ВД) на организм пациентов (хирургическое, фармакологическое, лечебно-терапевтическое воздействие, реабилитационные мероприятия) или их комбинация.

Разработка функциональной модели ДЛМ выполнена с помощью методологии функционального моделирования IDEF0, которая представляет ДЛМ как единое целое и показывает связь с внешним миром.

При этом определены входы, выходы, управление и механизмы. Входами являются следующие структуры данных: множество анализируемых биомедицинских сигналов/изображений (БМС/И), результатом анализа которых является множество вычисляемых (вторичных) диагностических признаков; множество измеряемых (первичных) диагностических признаков X ; множества диагностируемых состояний D ; реализация БМС/И каждого пациента; реализация первичных диагностических признаков пациента.

Выходом являются рекомендованные системой и подтвержденные или скорректированные врачом необходимые врачебные действия для конкретного пациента. В качестве управления выступают различные законодательные акты и нормативная документация, структура диагностического решающего правила, а также применяемые критерии оптимизации. Основными механизмами являются пациент, медперсонал, который обеспечивает процесс ДЛМ и система поддержки принятия решений в медицине (СППРМ).

Разработана информационная технология поддержки принятия решений при проведении ДЛМ на основе формализации этапов и разработки функциональной модели процесса диагностики и врачебных действий при их комплексной оценке, что позволяет минимизировать риски врачебных ошибок, повысить достоверность и обоснованность решений.

Функциональная модель ДЛМ является основой для разработки структурной и математической модели, а также обобщенную структуру СППРМ.

Модульный принцип построения системы позволяет не только легко модернизировать существующие модули, но и добавлять новые модули, необходимые для интеграции специализированного программного обеспечения в уже существующие системы и комплексы.

ФОРМАЛИЗАЦИЯ ЭТАПОВ МАММОГРАММИЧЕСКИХ ОБСЛЕДОВАНИЙ В МЕДИЦИНСКИХ СИСТЕМАХ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

Поворознюк А.И., Шехна Х.

*Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт», г. Харьков*

Медицинские изображения, такие, как рентгенограммы, маммограммы, УЗИ и др., являются одним из важных средств получения визуальной информации о внутренних структурах и функциях человеческого тела, не воспринимаемых непосредственно зрением. Работа с образцами из любой предметной области предполагает не только улучшение качества изображений, но морфологический анализ данных (выделение диагностически значимых структурных элементов на фоне помех), классификацию снимков, работу со сложно-структурированными образцами, с неочевидными закономерностями и особенностями, часто заметными только специалистам в этой области, что позволяет облегчить процесс работы с изображениями, повысить достоверность диагностики и выбора адекватной лечебной тактики.

Цель работы – формализация этапов обработки цифровых маммограмм при проектировании медицинских систем поддержки принятия решений (СППРМ), которая в дальнейшем является основой для разработки специализированных методов обработки, основанных на учете особенностей рассматриваемых изображений в виде моделей полезных сигналов, в частности моделей фрактальной размерности.

Формализация процесса маммографического обследования пациентов представляется в виде обобщенной модели M_G вида:

$$M_G = \{M_F, M_S, M_M\},$$

где M_F – функциональная, M_S – структурная, M_M – математическая модель.

Разработка функциональной модели M_F , выполняется с помощью методологии функционального моделирования IDEF0. Для построения контекстной диаграммы, которая представляет процесс маммографического обследования как единое целое и показывает связь с внешним миром, необходимо определить входы, выходы, управление и механизмы.

В качестве структурной модели M_S предлагается ориентированный граф, отражающий основные состояния этого процесса и их взаимодействия. При этом предполагается, что весь процесс обучения системы выполнен, т.е. сформированы необходимые статистические характеристики по обучающей выборке.

Математическая модель M_M представлена кортежем множеств параметров соответствующих этапов преобразования информации, отображением множеств, которые реализуют специализированные методы обработки и соответствующих критериев.

Рассмотренные модели являются основой для разработки информационной структуры СППРМ.

МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ НАВАНТАЖЕНЬ ІМПЛАНТУ НИЖНЬОЇ ЩЕЛЕПИ

Резнікова М.Ю., Стасюк Ю.П.

Національний технічний університет України

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

Автоматизовані системи CAD / CAM, вже давно набули широкого поширення в промисловості, а в останні десятиліття активно розвиваються в галузі медицини, особливо, в стоматології.

Прогрес комп'ютерних технологій суттєво розширив можливості діагностики та планування хірургічних втручань при захворюваннях щелепно-лицевої області. Застосування сучасних методів комп'ютерної томографії (КТ) і програмних комплексів для аналізу томографічних даних дозволяє не тільки отримувати віртуальні тривимірні зображення лицьового черепа пацієнта, але і здійснювати віртуальне моделювання хірургічних втручань, виготовляти індивідуальні імпланти та фіксуючі конструкції з урахуванням анатомічних особливостей лицьового черепа пацієнта [1]. Також актуальним залишається дослідження механічних властивостей, розроблених імплантів для визначення їх відповідності функціям щелепно-лицевого апарату. За допомогою методу імітаційного моделювання можна з високою точністю визначити властивості спроектованих імплантів, ще до їх виготовлення та без проведення натурних експериментів, які зазвичай потребують точного, дороговартісного обладнання та витрат часу на їх проведення. Тому в роботі було вирішено розглянути деформації, які виникають в титановому ендопротезі нижньої щелепи за допомогою створення математичної моделі навантаження, яке діє на кістку в реальних умовах в процесі жування. При створенні моделі сила, що розвивається жувальними м'язами задається шляхом векторного напрямленого прикладання сили в *pinpoint mobile* м'язів на поверхні нижньої щелепи (наближено до анатомічної дійсності) [2]. Також було проведено дослідження залежності деформації матеріалу від сили навантаження в натурному експерименті на випробувальній машині TIRATEST-2151, задля порівняння отриманих результатів при комп'ютерному моделюванні та натурному експерименті.

Висновки. Використання автоматизованих CAD/CAM систем є перспективним напрямком сучасної стоматології, а використання CAE-програм для аналізу конструкцій, визначення біомеханічних властивостей дозволяє якісно оцінити спроектовані імпланти.

Література:

1. Маланчук В.А., Копчак А.В., Крищук Н.Г. Имитационное компьютерное моделирование напряженнодеформированного состояния нижней челюсти при проведении остеосинтеза и реконструктивно-восстановительных операций // Российский стоматологический журнал. - 2013. - №2. - С. 8-11.

2. Маланчук В.А., Крищук В.Г., Воловар О.С., Паливода Р.С. Вивчення напружено-деформованого стану скронево-нижньощелепного суглоба із використанням імітаційного комп'ютерного моделювання // Інновації в стоматології. - 2014. - №4. - С. 65-71.

АЛГОРИТМ РОБОТИ З КЛАСИФІКАТОРОМ ІСРС2 ДЛЯ МОБІЛЬНИХ ЗАСТОСУНКІВ

Романюк О.О., Козак Л.М., Маресова Т.А., Бичков В.В.

Міжнародний науково-навчальний центр інформаційних технологій та систем НАН України, м. Київ

Необхідність підвищення ефективності функціонування інформаційних систем для сімейних лікарів за Міжнародним класифікатором первинної медичної допомоги (ІСРС-2) зумовило розроблення алгоритму застосування ІСРС-2 для використання в мобільних застосунках.

Основними категоріями у розробленні алгоритму мають виступати:

- епізод медичної допомоги (ЕМД) - взаємодія пацієнта з медичним закладом від першого звернення до медичного працівника і до останнього візиту (включно) з цією ж проблемою (захворюванням).

- візит (звернення, контакт) - будь-яка професійна взаємодія між пацієнтом і медичним працівником; контакт може бути прямим (візит в амбулаторію, у пацієнта вдома тощо) та непрямим (телефон, пошта, email, Skype тощо).

Візит є базовою одиницею обліку роботи первинної ланки, яку в ІСРС-2 визначають за трьома елементами: причина звернення (ПЗ) пацієнта; діагноз/проблема зі здоров'ям; дії/втручання (Рис1).

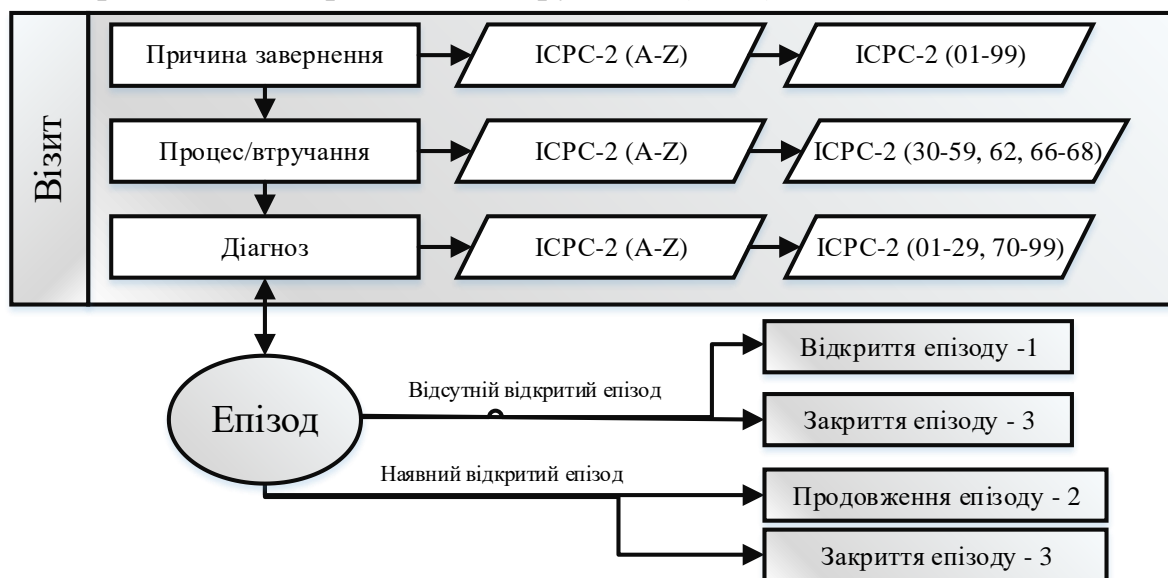


Рис 1. Алгоритм роботи з класифікатором ІСРС2

Для кодування ПЗ використовують всі коди ІСРС-2 (01-99) (множинний вибір), для кодування діагнозу/проблеми зі здоров'ям - діагноз (компонент 7, коди 70-99) і скарги і симптоми - (компонент 1, коди 01-29) (одиничний вибір), для кодування процесів медичної допомоги - втручання, які використовують під час надання медичної допомоги (компоненти 2, 3, 5 і частина компонента 6, коди 30-59, 62, 66-68) (множинний вибір). В рамках одного візиту може бути декілька підвізитів, кожен з яких має належати окремому епізоду.

Висновки. Алгоритм діяльності лікаря за ІСРС-2 об'єднує основні складники позиції «Візит» (причина звернення (ПЗ) пацієнта; діагноз; процес) із зазначенням кодів за цим класифікатором та зв'язку з відповідним епізодом для запису у МІС та подальшої передачі до центрального компоненту eHealth.

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММНОГО МОДУЛЯ ВИДЕОРЕГИСТРАЦИИ ДВИЖЕНИЙ РУК ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ТИПА ТРЕМОРА

Селиванова К.Г., Казимиров Н.А.

*Харьковский национальный университет радиоэлектроники,
г. Харьков*

Одним из наиболее распространенных двигательных расстройств, который встречается в клинической практике, является тремор. Трудности, возникающие при диагностике вида тремора, обусловлены многообразием и однотипностью его проявления при различных уровнях поражения нервно-мышечной системы. Использование системного подхода на основе классификации и применения инструментальной и автоматизированной методики регистрации параметров тремора позволяет улучшить клиническую диагностику [1].

С целью точного определения амплитудно-частотных параметров тремора и распознавания его типа был разработан программный модуль видеорегистрации движений рук (рис. 1) во время выполнения динамических тестов на multi-touch экране серии MEDION MD 20165 с диагональю 21,5 дюйма и разрешением 1920x1080 пикселей. Разработанное специализированное программное обеспечение состоит из таких последовательных блоков: инициализация интерфейса; ввод данных пациента; подключение к веб-камере высокого разрешения HP HD 5210; видеорегистрация движений рук с высокой частотой кадров в 1 секунду для использования техники воспроизведения записи в режиме «rapid»; автоматизированный расчет амплитудно-частотных параметров движений рук; вывод результатов исследования [2].



Рисунок 1 – Структурная схема программного модуля видеорегистрации движений рук для определения типа тремора

Таким образом, комплексное исследование дрожаний рук с использованием современных информационных технологий и аппаратных средств дает возможность улучшить диагностику тремора и определение его на ранних стадиях, что впоследствии поможет назначить своевременное лечение.

Литература:

1. Аврунин О.Г., Жемчужкина Т.В., Носова Т.В. Автоматизированный анализ количественных показателей треморографических данных для наблюдения динамики тремора» // Восточно-Европейский журнал передовых технологий. – 2011. – № 2/2 (50). – С. 17-21.
2. Selivanova K.G., Avrunin O.G., Zlepko S.M. et al. Virtual training system for tremor prevention // Information Technologies in Medical Diagnostics II – Editor by Wojcik, Pavlov, Kalmodaev. ISBN 978-0-367-17769-0. – 2019. – P. 9-14.

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПРОГНОЗИРОВАНИЮ ЛЕКАРСТВЕННОЙ БОЛЕЗНИ И ЕЕ РЕЦИДИВОВ У БОЛЬНЫХ РАСПРОСТРАНЕННЫМИ ДЕРМАТОЗАМИ С ОТЯГОЩЕННЫМ АЛЛЕРГОЛОГИЧЕСКИМ АНАМНЕЗОМ

Солошенко Э.Н.

ГУ «Институт дерматологии и венерологии НАМНУ», г. Харьков

В работе рассмотрены математические подходы к прогнозированию лекарственной болезни (ЛБ) и ее рецидивов у больных распространенными дерматозами с отягощенным аллергологическим анамнезом.

Цель работы – разработать способ количественной оценки степени факторов риска развития ЛБ и ее рецидивов.

Методы. У 83 больных распространенными дерматозами с отягощенным аллергологическим анамнезом собирался анамнез, который анализировался с помощью метода экспертных оценок.

Результаты исследований. На основании данных анализа анамнеза на первом этапе у больных анализировались факторы, провоцирующие развитие ЛБ и ее рецидивов. На втором этапе для каждого из факторов риска экспертами выставлялась балльная оценка. На третьем этапе при повторном тестировании экспертами уточнялись балльные оценки факторов риска. На четвертом этапе все предполагаемые факторы риска, полученные при анкетировании каждого больного и оцененные в баллах, суммировались. При этом, чем больше был суммарный балл факторов риска, тем больше был риск развития ЛБ или ее рецидивов. Для удобства сравнительного анализа факторов риска развития ЛБ вводилось понятие относительной степени факторов риска, которая определялась в виде балльной оценки, получаемой при анкетировании больных:

$$CP = \frac{CP_a - CP_{\text{минимум}}}{CP_{\text{максимум}}} 100\% ,$$

где CP – степень риска; CP_a – средняя балльная оценка факторов риска, полученная при анкетировании больного; $CP_{\text{минимум}}$ – минимально возможное значение факторов риска (например, равное 0); $CP_{\text{максимум}}$ – максимально возможное значение факторов риска (например, по данным аллергологического анамнеза у больного $CP_{\text{максимум}} = 230$). Величина относительной степени факторов риска развития ЛБ выражалась в процентах ($CP = CP \times 100\%$). Тестирование факторов риска у 83 больных свидетельствовало, что при значении относительной степени факторов риска, равной 20 % и больше, у обследуемого есть реальная угроза развития ЛБ или ее рецидивов. Метод прогноза ЛБ прост, т.к. требуется только сбор аллергологического анамнеза и количественный анализ факторов риска методом экспертных оценок.

Выводы. Использование метода экспертных оценок позволяет количественно оценивать степень факторов риска развития ЛБ и ее рецидивов у больных распространенными дерматозами с отягощенным аллергологическим анамнезом.

ПРОГНОЗ ЛЕКАРСТВЕННОЙ БОЛЕЗНИ И ЕЕ РЕЦИДИВОВ ПУТЕМ ОЦЕНКИ НАДЕЖНОСТИ БИОСИСТЕМЫ

Солошенко Э.Н.

ГУ «Институт дерматологии и венерологии НАМНУ», г. Харьков

В работе рассмотрены вопросы подхода к оценке надежности биосистем больных распространенными дерматозами с отягощенным аллергологическим анамнезом, важнейшей стратегической задачей которой является сохранение гомеостаза. Благодаря способности биосистемы к адаптации по отношению к внешней среде происходит приспособление организма к непрерывно изменяющимся условиям жизни и сохраняется сильная система иммунитета. Снижение иммунологической реактивности вследствие воздействия деформированной среды обитания приводит к возникновению различной патологии, в том числе и лекарственной болезни (ЛБ). Учитывая, что прогноз развития ЛБ и ее рецидива зависит от надежности биосистемы, в клинической практике важно знать как оценивать эту надежность несмотря на то, что это представляет собой довольно трудную задачу из-за функционирования организма в условиях постоянного действия большого числа случайных факторов.

Цель работы – прогноз развития ЛБ и ее рецидивов путем оценки надежности биосистемы у больных распространенными дерматозами с отягощенным аллергологическим анамнезом.

Методы. Под наблюдением находилось 37 больных распространенными дерматозами с отягощенным аллергологическим анамнезом, у которых исследовали клинический анализ крови; состояние адаптации; содержание иммуноглобулинов А, М, G, Е; для подтверждения сенсibilизации к лекарственным средствам (ЛС) ставили специфические иммунологические тесты. Контрольную группу составляло 17 практически здоровых лиц. Полученные результаты оценивали с помощью дискриминантного анализа.

Результаты исследования. К собранному подмножеству полученных переменных из множества W1 больных ($n_1 = 15$) и множества W2 практически здоровых лиц ($n_2 = 15$) применили пошаговый дискриминантный анализ. В результате анализа данных в уравнение регрессии оставили только те переменные, которые были значимы по t-критерию Стьюдента. Модель была проверена на контрольной группе. Полученные результаты свидетельствовали, что для больных значение дискриминантной функции было положительное, т.е. $y > 0$, а для практически здоровых - отрицательное, т.е. $y < 0$. При этом, чем больше было положительное число y , тем больше была неустойчивой биосистема и наоборот - чем меньше был y , тем биосистема регистрировалась более устойчивой.

Выводы. Предложен способ прогнозирования ЛБ и ее рецидивов путем оценки происходящих в биосистеме изменений у больных распространенными дерматозами с отягощенным аллергологическим анамнезом по отношению к референтному состоянию по совокупности многомерных данных с помощью дискриминантного анализа.

ОЦІНКА НАКІСТКОВОГО ОСТЕОСИНТЕЗУ СТЕГНОВОЇ ТА ВЕЛИКОГОМІЛКОВОЇ КІСТОК ПРИ ПРОСТИХ ВИДАХ НАВАНТАЖЕНЬ

¹Сорочан О.М., ²Тимкович М.Ю., ³Шайко-Шайковський О.Г.

¹ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь

²Харківський національний університет радіоелектроніки, м. Харків

³Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
м. Чернівці

Актуальність удосконалення методів та засобів для імплантації та остеосинтезу не викликає сумнівів [1, 2]. При розробці методів остеосинтезу експериментальні дослідження дозволяють проводити оцінку стану матеріалу накісткових фіксаторів, визначати шляхи їх удосконалення, а також робити практичні рекомендації для лікарів-клініцистів щодо доцільності використання конструкцій накісткових фіксаторів та способів їх розташування.

Методика дослідження формувалась з того, що моделі стегнової та великогомілкової кісток фіксувались в затискачах проксимального кінця препарату, підвіс для тягарців чіплявся на дистальному кінці кістки, після чого встановлювались два індикатори годинникового типу, індикатори закріплювались у двох взаємно перпендикулярних площинах на дистальному кінці моделі, після чого відбувалось її навантаження тягарцями від 1 до 4 кг на однакові відстані від місця защемлення кісткової моделі. Вимірювання величини прогину здійснювалось в 4-х взаємно перпендикулярних площинах. Навантаження здійснювалось до межі, коли можуть виникати залишкові деформації, при яких вже не виконується закон Гука.

Проведенні дослідження показали, що для прогин відбувається в обох площинах: у вертикальній і в горизонтальній. Із цього випливає, що згин буде не плоский, а косий. Пояснюється це явище формою самої кістки та зміною її перерізу по довжині. В результаті спостереження над моделями кісток при згині встановлено, що деформації відбуваються одночасно в двох площинах (спостерігається явище косоного згину – одного з видів складного навантаження). Для визначення деформованості натурних препаратів проведено аналогічні дослідження на згин на моделях великогомілкових кісток для подальшого розрахунку, аналізу та порівняння.

Література:

1. Аврунин О.Г., Шамраева Е.О. Реконструкция объемных моделей черепа и имплантата по томографическим снимкам // Системы обработки информации: зб. наук. пр. – Х.: ХУПС, 2007. – Вип. 9 (67). – С. 137-140.
2. Шамраева Е.О, Аврунин О.Г. Построение моделей черепных имплантов по рентгенографическим данным // Прикладная радиоэлектроника.– 2005.– Т4.– С.– 441-443.

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ АНАЛІЗУ ЕЛЕКТРОМІОГРАФІЧНОГО СИГНАЛУ

Тихоненко Ю.В.

Національний технічний університет України

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

На сьогодні актуальність питань протезування і реабілітації спричинена переважно спортивним травматизмом і випадками поранень у ході військового конфлікту. Для оцінки функціонального стану рухового апарату при відновленні порушень моторної функції застосовують електроміографію (ЕМГ), тобто метод дослідження нервово-м'язової системи шляхом реєстрації біопотенціалів. Також інформація електроміограми використовується при проектуванні активних протезів та екзоскелетів. Аналіз ЕМГ-сигналу дозволяє визначити не тільки поточний стан м'язу, а й запланований рух для активації виконавчого механізму. Класифікувати тип руху можна застосовуючи, наприклад, нечітку логіку або генетичні алгоритми, але, як правило, вибирають метод штучних нейронних мереж через їх високу швидкість навчання.

Поверхневу (глобальну, інтерференційну) міограму зазвичай подають як сукупність періодичних гармонік різного періоду й амплітуди. Таке допущення дозволяє застосовувати математичні моделі аналізу, зокрема перетворення Фур'є або спектральний аналіз, який відображає динамічні характеристики м'язового напруження. Його проводять, розбиваючи увесь період запису на часові проміжки тривалістю до 2 секунд. На кожному часовому інтервалі визначають середню й медіанну частоту, середньоквадратичне значення функції, ширину напівмаксимуму. Показники медіан кожного відрізка, розташовані на координатній площині, утворюють «хмару величин», яка і відображає динаміку скорочення. Лінійна апроксимація утворює лінію регресії медіан частот. За ступенем її нахилу оцінюють рівень стомлюваності м'язу.

Попри переваги спектрального методу, він, як і статистичний, розглядає міосигнал як лінійний і стаціонарний, через що виникають проблеми з ідентифікацією стану систем, з яких цей сигнал знято. Використання нелінійного аналізу дає можливість оцінити еволюцію сигналу в часі. Зокрема застосування вейвлет-аналізу дозволяє відслідковувати появу, зміну і зникнення різних часових масштабів за рахунок розкладу початкової часової реалізації по часових і частотних базових функціях.

Отже, для глибшого дослідження ЕМГ-сигналу доцільно використовувати і лінійні, і нелінійні методи, зокрема спектральний і вейвлет-аналіз.

Література:

1. Сидоренко А.В. Нелинейный анализ электромиограмм на основе вейвлет-преобразования / А.В. Сидоренко, А.П. Селицкий // Доклады БГУИР. – 2008. - №2(32). – с.12-13
2. Скиданов А.Г. Спектральный анализ электромиограмм мышц спины при дегенеративных заболеваниях позвоночника / А.Г. Скиданов, Д.Р. Дуплий, В.А. Колесниченко, В.А. Радченко // Ортопедия, травматология и протезирование. – 2015. - №1. – с.106-110

ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ СОСТОЯНИЯ КОЖИ ПРИ АТОПИЧЕСКОМ ДЕРМАТИТЕ

¹Трубицын А.А., ¹Дзяо Ханькунь, ¹Аврунин О.Г., ²Клименко В.А.

¹Харьковский национальный университет радиоэлектроники,

²Харьковский национальный медицинский университет,
г. Харьков

Атопический дерматит (АтД) - это генетически обусловленное заболевание, являющееся чрезвычайно распространенным дерматозом, часто с тяжелым течением. Последние десятилетия распространенность заболевания АтД значительно увеличилась.

Основным инструментом исследования в дерматологии (в частности при диагностике АтД) долгое время оставался метод клинических исследований. Большое количество работ посвящено обработке медицинских изображений, которые могут непосредственно использоваться в дерматологии для оценки состояния кожных покровов [1-5].

Относительно новыми подходами в диагностике дерматозов являются дерматоскопические методы, оптическая когерентная томография и конфокальная сканирующая лазерная микроскопия кожи.

Проведенный анализ методов исследования морфологии кожи позволяет констатировать, что для объективизации дерматологических исследований необходимо разрабатывать аппаратно-программные диагностические комплексы, позволяющие анализировать изображения, формировать предварительный диагноз, обладать устойчивостью к постановке диагноза по входным данным с учетом индивидуальной вариабельности.

Литература:

1. Аврунин О.Г. Определение степени инвазивности хирургического доступа при компьютерном планировании оперативных вмешательств [Текст] / О.Г. Аврунин, М.Ю. Тымкович, Х.И. Фарук // Бионика интеллекта. – 2013. – Т. 81 (2). – С. 101– 104.
2. Аврунин О.Г. Опыт разработки биомедицинской системы цифровой микроскопии / О. Г. Аврунин // Прикладная радиоэлектроника. – 2009. – Т.8. – № 1. – С. 46-52.
3. Ismail, H.F., Osman, E., AL-Omari, A.K., Avrunin, O. G. The Role of Paranasal Sinuses in the Aerodynamics of the Nasal Cavities. International Journal of Life Science and Medical Research, 2012, 2, 3, 52-55, doi:10.5963/LSMR0203004
4. Oleg G. Avrunin, Natalia O. Shushlyapina, Yana V. Nosova, Wojciech Surtel, Aron Burlibay, Maral Zhassandykyzy. Method of expression of certain bacterial microflora mucosa olfactory area. Proc. SPIE 9816, Optical Fibers and Their Applications, 2015, 98161L (December 18, 2015), doi:10.1117/12.2229074.
5. Avrunin O.G. Method of expression of certain bacterial microflora mucosa olfactory area / O.G. Avrunin, N.O. Shushlyapina, Y.V. Nosova, W. Surtel, A. Burlibay, M. Zhassandykyzy // Proc. SPIE 9816, Optical Fibers and Their Applications. 2015. 98161L (December 18, 2015); doi:10.1117/12.2229074.

ПІДХІД ДО ПОБУДОВИ МЕДИЧНИХ СИСТЕМ ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ

Тимчик С.В., Штофель Д.Х., Криворучко І.О., Кречотень Є.Г.
Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Для аналізу і вироблення пропозицій в системах підтримки прийняття рішень (ППР) використовуються методи інформаційного пошуку, аналізу даних на основі штучного інтелекту, пошуку даних в базах знань, судження на основі прецедентів, імітаційне моделювання тощо [1]. Системи ППР успішно інтегруються до медичних інформаційних систем [2]. В роботі розроблено підхід до побудови модуля підтримки прийняття рішень для медико-ергатики систем, який враховує специфічні особливості сучасної медичної діагностики та лікування, зокрема в сфері високотехнологічної медичної допомоги.

По-перше, підхід дозволяє усунути наявні складності формалізації медичних знань внаслідок дефіциту інформації про закономірності поведінки організму людини, особливо в екстремальних умовах.

По-друге, сфера професійної діяльності операторів має високий ступінь неоднозначності і непрогнозованості, що веде до того, що медичні дані і завдання, які необхідно вирішувати, є слабко або взагалі неструктурованими.

По-третє, питання, які пов'язані з вибором індивідуальної тактики лікування, персоніфікованого призначення медикаментозної терапії (в т.ч. найновішої) досі знаходяться на початковому етапі їх застосування.

По-четверте, незважаючи на достатньо велику кількість вже розроблених міжнародних медичних стандартів, які використовуються в усьому світі, їх впровадження в Україні йде досить повільно, про що свідчить, наприклад, рівень застосування стандартів DICOM і HL7.

Важливим моментом, який необхідно враховувати при проектуванні систем ППР і від якого залежить достовірність отриманих даних, їх прогнозуємість та сприйняття лікарем є вибір методу дослідження. Як показує практика, в медичних і біотехнічних системах ППР повинні превалювати ймовірно-статистичні методи, які дозволяють шляхом побудови довірчих інтервалів, рівнів значимості статистичних гіпотез, апостеріорних ймовірностей оцінювати достовірність отриманих рішень. Недоліки, властиві цим методам практично компенсовані застосуванням потужних статичних пакетів.

Запропонований підхід може бути успішно застосований при побудові модулів ППР в системах діагностичного, терапевтичного й лабораторного призначення, а також в портативних системах контролю стану операторів.

Література:

1. Симаков В.С. Системный анализ и современные информационные технологии в медицинских системах поддержки принятия решений: монография / В.С. Симаков, А.А. Халафян. – М. : Бином, 2009. – 362 с.
2. Медична система прийняття та підтримки прийняття рішень / Д. Х. Штофель, Л. Г. Коваль, С. М. Злепко, Л. В. Космач // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Серія: Інформатика та моделювання. – 2013. – № 19 (992). – С. 167–172.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПАРАМЕТРОВ ЭКГ-ГОДОГРАФОВ В КАРДИОЛОГИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ

Филатова А.Е., Фахс М.

*Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт», г. Харьков*

Тенденция к увеличению производства отечественных цифровых электрокардиографических систем, разрабатываемых такими фирмами как ООО «Компания TREDEX» и ООО «Спектрмед-Украина» (г. Харьков), определила необходимость создания кардиологических систем поддержки принятия решений (КСППР). В основе таких систем лежит морфологический анализ электрокардиограмм (ЭКГ). В [1] предложено представление ЭКГ в альтернативном пространстве признаков в виде ЭКГ-годографов, что позволило предоставить врачу-кардиологу дополнительную диагностическую информацию в удобном для восприятия графическом виде наряду с традиционным представлением ЭКГ в КСППР.

Целью исследования является определение числовых характеристик ЭКГ-годографов для синтеза соответствующих решающих правил в КСППР.

Для решения поставленной задачи были проанализированы ЭКГ-годографы при наличии нормального ритма и при различных видах желудочковой экстрасистолии, которая является одним из самых распространенных нарушений сердечного ритма. Было показано, что для нормальной электрокардиограммы ЭКГ-годограф представляет собой фигуру типа треугольника. Если фиксируется экстрасистолия, то на ЭКГ-годографе формируются различные дополнительные фигуры кроме треугольников, характерных для нормальной ЭКГ. При этом отдельные точки ЭКГ-годографа имеют привязку к временной оси, что дает возможность найти те периоды ЭКГ («подозрительные» периоды), объекты которых отличаются от аналогичных объектов нормальной ЭКГ. Кроме того, площади соответствующих ЭКГ-годографов зависят не только от наличия или отсутствия экстрасистолии, но и от наличия различных видов экстрасистолии, что дает возможность использовать этот параметр как диагностический признак для синтеза решающего правила в КСППР.

Таким образом, разработка КСППР на основе анализа альтернативных диагностических признаков в виде параметров ЭКГ-годографов позволяет повысить качество классификации различных видов экстрасистолии, что в сочетании с классическим анализом «подозрительных» периодов ЭКГ на временной оси повышает достоверность диагностики.

Литература:

1. Filatova A.E. Research of alternative diagnostic features in intelligent computer-based cardiological decision support systems / A.I. Povoroznyuk, A.E. Filatova, O.S. Kovalenko, W. Wójcik, M. Maciejewski, M. Szatkowska, A. Tuleshova // Przegląd Elektrotechniczny, ISSN 0033-2097, R. 93, 2017. – NR 3. – P. 125–128.

МЕТОД ЭКСПРЕСС-ДИАГНОСТИКИ СЕНСИБИЛИЗАЦИИ К АНТИБИОТИКАМ ПЕНИЦИЛЛИНОВОГО И ЦЕФАЛОСПОРИНОВОГО РЯДА

¹Хмель Н.В., ²Колесников В.Г.

¹Харьковский национальный университет радиоэлектроники,

²Институт радиофизики и электроники им. А. Я. Усикова НАН Украины,
г. Харьков

Высокая антимикробная активность антибиотиков пенициллинового и цефалоспоринового ряда (пенициллин G, цефтриаксон) определила их первоочередное присутствие в терапии различных бактериальных заболеваний, несмотря на то, что, по данным ВОЗ, причинными факторами анафилактического шока и летального исхода, вследствие развития гиперчувствительности немедленного типа, в 33% случаев являются антибиотики. Из-за увеличения частоты регистрации аллергической реакции на антибиотики, которая проявляется как незначительными морфо-функциональными нарушениями кожного покрова, так и жизненно-опасными для человека состояниями, разработка современных диагностических алгоритмов оперативного выявления сенсibilизации представляется своевременной и актуальной. В диагностике лекарственной болезни аллергологи используют биофизические методы, позволяющие определять критерии оценки сенсibilизации, основанные на физико-химических изменениях в биологической системе крови – скорость оседания эритроцитов (СОЭ), количество агломерирующих лейкоцитов (РАЛ), поверхностное натяжение плазмы крови [1]. Среди этих критериев диэлектрическая проницаемость интегрально описывает распределение зарядов на поверхности макромолекул, поляризацию и характеристики их ионного окружения, дипольные моменты аминокислот и пептидов. Преимуществом аппаратных методов в соединении с программным планированием и компьютерным моделированием является регистрация целого ряда структурных изменений и патофизиологических эффектов [2]. Среди этих методов диэлектromетрия КВЧ диапазона радиоволн на частотах дисперсии диэлектрической проницаемости свободной воды ($f=10\div 50$ ГГц) позволяет за короткий период времени (2-3 минуты) при использовании небольшого объема биологического материала ($V=10$ мкл) проводить индивидуальный скрининг сенсibilизации. Кроме того, регистрация отличий относительного количества свободной и связанной с макромолекулами воды в присутствии различных антибиотиков позволяет прогнозировать и выявлять группы риска среди пациентов в условиях клиники.

Литература:

1. Солошенко Э.Н. Оценка диэлектрической проницаемости эритроцитов при выявлении сенсibilизации к анестезирующему средству артифрину с помощью метода КВЧ-диэлектromетрии / Э.Н. Солошенко, А.К. Кондакова, В.Г. Колесников // Дерматология и венерология.– 2013.– № 3 (61).– С. 32 – 37.
2. Аврунин О.Г. Принципы компьютерного планирования функциональных оперативных вмешательств / О.Г. Аврунин // Технічна електродинаміка, тем випуск «Силова електроніка та енергоефективність». – 2011. – Ч. 2. – С. 293–298.

ФАНТОМНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ УЛЬТРАЗВУКОВОЙ ДИАГНОСТИКЕ

Худаева С. А.

Харьковский национальный университет радиозлектроники, г. Харьков

В настоящее время одним из наиболее часто используемых в медицинской практике методов интроскопии является ультразвуковое исследование. Малоинвазивный метод ультразвуковой визуализации применяется для диагностики и верификации различных патологий, и все чаще – для скрининговых исследований. Несмотря на постоянное совершенствование аппаратных средств, результаты ультразвукового сканирования по-прежнему сильно зависят от уровня подготовки и опыта специалиста. Поэтому, актуальными являются вопросы разработки обучающих систем на основе натуральных моделей (фантомов) различных органов и патологий для обучения, как инженеров – разработчиков диагностической аппаратуры, так и врачей – радиологов, специализирующихся в функциональной диагностике [1-3].

Целью работы является изготовление фантома для ультразвуковых исследований – эластичной оболочки, внутрь которой погружаются модели структур различной эхогенности. При этом необходимо обосновать выбор материалов для создания фантома, способных отражать ультразвуковые сигналы и сходных по своим характеристикам с биологическими тканями. Результатом проводимого ультразвукового сканирования является визуализация контуров объектов исследуемой области в шкале серых тонов.

При создании фантома учитывались такие характеристики эхогенности, как: изоэхогенность – показатель нормы, когда ткани и органы на УЗИ отображаются в области средних уровней интенсивности; гипоехогенности – с пониженной отражением ультразвукового сигнала, при этом объекты отображаются в темной области интенсивности, гиперэхогенности – с повышенной отражающей способностью ультразвукового сигнала, при которой интроскопическая картина характеризуется светло-серыми уровнями интенсивности.

Разработка натурального фантома для ультразвуковой визуализации позволит специалистам разных профилей оценить возможности метода ультразвукового сканирования и приобрести опыт работы перед проведением диагностики реальных пациентов

Литература:

1. Аврунин О.Г., Аверьянова Л.А. Бых А.И. Головенко В.М., Скляр О.И. Методика создания виртуальных средств имитации работы рентгеновского компьютерного томографа // Техническая электродинамика. Тем. Вып.- Киев, 2007.- Т. 5, С.105-110.
2. O. Avrunin, L. Aver'yanova, V. Golovenko, O. Sklyar E-Learning of Functioning Principles Medical Intrascopy Systems//2-th International Conference "Modern (e-) Learning", July, 2007, Varna, Bulgaria, ITHEA SOFIA, -P.134-137
3. Носова Я.В. Использование информационных моделей при разработке виртуальных обучающих систем / Я. В. Носова // Медицинские приборы и технологии: междунар. сб. науч. ст. — Тула : ТулГУ, 2013. — С. 23—25.

ВЫБОР МЕТОДА ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЙ ОБРАБОТКИ ТОМОГРАФИЧЕСКИХ ИЗОБРАЖЕНИЙ ВЕРХНИХ ДЫХАТЕЛЬНЫХ ПУТЕЙ

Цзяо Ханькунь, Носова Я.В.

Харьковский национальный университет радиоэлектроники, г. Харьков

Наиболее простым, информативным, неинвазивным, прижизненным методом оценки состояния носа и придаточных пазух является спиральная компьютерная томография (СКТ). С помощью этого метода можно не только детализировать патологические процессы, происходящие в носовой полости, но и подобрать менее травматичный доступ при оперативном лечении [1-3]. Одним из этапов предварительной обработки СКТ-снимков является очищение изображения от помех и артефактов.

Задачей работы является поиск предпочтительного метода вторичной обработки интраскопических данных по степени подавления локальных помех и величине показателей, связанных с контурной резкостью анатомических объектов.

В результате анализа результатов обработки СКТ-изображений установлено, что низкочастотная фильтрация (как стандартная усредняющая, так и Гауссова) позволяет подавить высокочастотные шумовые выбросы, но при этом обладает рядом недостатков, основными из которых являются размытие границ объектов и малая эффективность подавления импульсных помех в сравнении с медианной фильтрацией, полностью устраняющей локальные выбросы интенсивности при адаптированной к их площади размерам апертуры фильтра. Поэтому, на современном этапе метод медианной фильтрации является наиболее предпочтительной процедурой вторичной обработки интраскопических данных по степени подавления локальных помех и величине показателей, связанных с контурной резкостью анатомических объектов.

Литература:

1. Avrunin, O., Shushlyapina, N., Nosova, Y., Bogdan, O. (2016), "Olfactometry diagnostic at the modern stage", Bulletin of NTU "KhPI". Series: New solutions in modern technologies, NTU "KhPI", Kharkiv, No. 12 (1184), pp. 95-100, doi: 10.20998/2413- 4295.2016.12.13.
2. Nosova Y. Біотехнічна система для комплексної ольфактометричної діагностики / Y. Nosova, O. Avrunin, V. Semenets // Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості.– 2017. – No. 1 (1). – P.64–68. doi.org/10.30837/2522-9818.2017.1.064.
3. The role of paranasal sinuses in the aerodynamics of the nasal cavities / H. Farouk, E. Abaida, A. Khaleel, O. Avrunin // International Journal of Life Science and Medical Research. – 2012. – Vol. 2., №3. – P. 52-55.

ПОРІВНЯЛЬНА МЕТОДИКА ТА АПАРАТУРА ДЛЯ ДІАГНОСТИКИ ЗАПАЛЕНЬ Й ОЦІНКИ ФІЗІОЛОГІЧНОГО СТАНУ ЛЮДИНИ

¹Шайко-Шайковський О.Г., ¹Білов М.Є., ¹Григоращук І.М.,

²Леник Д.К., ²Остафійчук Д.І.

¹Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,

²Буковинський державний медичний університет,

м. Чернівці

В роботі представлено інформацію та відомості щодо розробленого авторами вимірювального комплексу «Термодін», в якому використано нову елементну базу та програмне забезпечення, що дозволяє модернізувати раніше розроблений прилад – діагностичний комплекс (Реєстраційне свідоцтво № 460/97, наказ МОЗ України від 03.10.97 №293). Комплекс призначений для вимірювання характеристик радіаційних теплових потоків температури різних ділянок тіла людини та дозволяє виявляти відхилення від допустимих норм в кожному випадку [1].

Для порівняння достовірності та точності отриманої за допомогою комплексу діагностичної інформації паралельно проводилися вимірювання температури від досліджуваних ділянок тіла пацієнта за допомогою серійного приладу «Тепловізор», який використано практично одночасно для вимірювання тих самих ділянок тіла пацієнтів, що й комплексом «Термодін».

Використання запропонованого авторами розробки комплексу може здійснюватися у двох режимах: сканування та дискретному, здійснюючи реєстрацію отриманого сигналу у вимірювальній головці приладу мікропроцесора, внаслідок цього – на екрані монітора одночасно будується відповідна графічна залежність. Співставлення отриманої кривої зі стандартними графіками дозволяє провести первинну діагностику того чи іншого відхилення від норми. Проведення разом з цим досліджень за допомогою стандартного тепловізора дозволяє порівняти отримані експериментальні дані, спів ставити між собою результати досліджень. В результаті клінічних вимірювань доведено, що комплекс «Термодін» значно зручніший у використанні, дозволяє отримати більш точні оцифровані дані, які можуть зберігатись на спеціальній касеті, переноситись у будь-який медичний центр для обговорення спеціалістами-медиками. Наявність таких баз дає можливість спостереження довготривалої динаміки протікання процесу функціонального стану органа, проведення порівняння та аналізу різних етапів цього процесу, що важливо при виборі методів і препаратів для встановлення та нормалізації функцій органа.

Література:

1. Шайко-Шайковський А.Г., Белов М.Е., Олексюк И.С. и др./А.Г.Шайко-Шайковский, М.Е.Белов М.Е., Олексюк И.С.Аппаратура и методика дистанционного бесконтактного измерения радиационных тепловых потоков// Материалы Междунар. Научн-техн. конф. РТПСАС-2016. –с 200-202.

КОМПЛЕКС ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ МІСЦЬ ВИТОКІВ ШАХТНИХ ГАЗІВ

¹Шайко-Шайковський О.Г., ¹Білов М.Є., ¹Крамар В.М.,

²Кругляк О.О., ¹Назарак М.С.

¹*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
м. Чернівці*

²*Госпіталь ветеранів війни, м. Луцьк*

Однією з найважливіших економічних, соціальних і медичних проблем сьогодення є зменшення рівня травматизму та смертності у шахтах та підземних виробках внаслідок викидів вибухонебезпечних газів (метану та ін.). На даний час не існує надійних методик та обладнання для швидкого визначення, а тим більше – передбачення місць можливого їх витoku.

Авторами виготовлений та випробуваний вимірювальний комплекс, призначений для швидкого і точного визначення місць можливого витoku шахтних газів. Швидке розширення газу викликає стрімке зниження температури у місцях його витoku. Точність вимірювання температури становить $0,1^{\circ}\text{C}$.

Розробка приладів такого типу та їх удосконалення здійснювалися у лабораторіях ЧНУ протягом багатьох років під керівництвом професора Раренка І.М. Результати цих досліджень та їх науковий керівник були відзначені Державною премією [1].

На основі вказаних досліджень авторами створений суттєво модернізований, на новій елементній базі, з використанням нових методик вимірювання й обробки їх результатів, вимірювальний комплекс до складу якого входить теплочутливий реєструючий пристрій – вимірювальна головка на анізотропних термоелектричних елементах, сигнал з яких аналізується процесором, керованим спеціально створеною програмою, та відображається на екрані монітора у вигляді графіка зміни з часом температури обстежуваного об'єкта. Отримана інформація про миттєве значення температури та швидкість її зміни може бути подана у цифровому вигляді. Також вона може бути збережена у запам'ятовуючому пристрої, підключеному до комплексу (ноутбука, планшета, комунікатора чи смартфона) або передана через системи телекомунікації в аналітичний центр.

Розроблений реєструючий пристрій забезпечує значно вищу швидкість визначення місць можливого викиду газу та початку його витікання аніж прилади, що використовуються у даний час. Пристрій має малі розміри та легкий – залежно від конструктивного виконання та функціональності, він не більший від пачки цигарок, а його вага становить приблизно 240 г. Крім фіксації на екрані монітора моменту суттєвого зменшення температури, прилад подає звуковий сигнал, на екрані з'являється попереджувальний оптичний сигнал червоного кольору, який змінює свою яскравість.

Література:

1. Приборы для дистанционного измерения температуры различных объектов на основе анизотропных элементов CdSb / И.М. Раренко, А.Г. Шайко-Шайковский и др. Термоэлектричество, 2015. №5. С. 58-66.

СЕКЦІЯ 14. ЕКОНОМІКА, МЕНЕДЖМЕНТ ТА МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС

ROLE OF GERMANY IN TRADE REORIENTATION OF UKRAINE

Arkhiereiev S.

National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Kharkiv

Trade reorientation as all institutional changes has caused transaction loss and gain [1]. Role of Germany in reorientation process can be better assessed based on the following chart. Fig. 1 shows a key role that Germany started to play in formation of deficit of Ukrainian foreign trade with the EU in reorientation process in 2014-2017 compared to other EU countries.

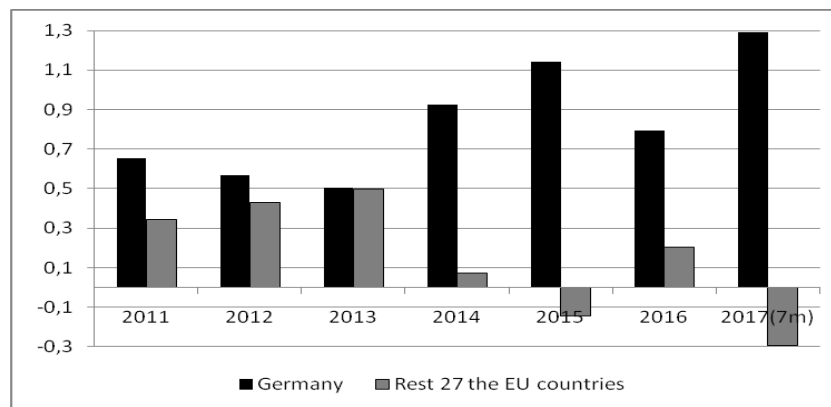


Fig. 1. Role of Germany and the rest 27 EU countries in deficit formation of Ukrainian foreign trade with EU.

Source: own calculations based on the national data [2].

However, a superficial analysis does not answer the question about the causes of this situation and a deeper understanding of the problem. Meanwhile, similar processes of reorientation had long occurred in the CEE countries and the ways of their research were suggested at that time, which subsequently received further development. For example, there were used indices of trade substitution elasticity within CEE and the EU. They showed that if in the long run the trade with the EU in CEE grew faster, in certain periods, such as 1999-2004 the trade within CEE increased faster than with the EU.

Use of a gravity model also confirmed the large growth potential of trade within CEE, especially in connection with emergence of the Central European Free Trade Agreement, which was subsequently confirmed by real dynamics of its development. All in all the signing of Central European Free Trade Agreement (CEFTA) created powerful incentives for closer trading links with the EU and for trade reorientation from the East to the West. Unfortunately, Ukraine is implementing a reorientation not as a part of a block, but almost single-handedly, which imposes certain constraints on this process, as well as on its research.

Reference:

1. Архиереев С. Институциональные преобразования и транзакционные издержки //Бизнес Информ. – 1998. – №. 11. – С. 20-22. 2. State Statistics Service of Ukraine <http://ukrstat.gov.ua>

INFORMATION TECHNOLOGY IN MEDICINE

Furtak I.I., Koliadych M.M., Parobetska I.M.

Lviv National Medical University, Lviv

Leaders in the field of implementation of computer technology is the architecture (architectural design), engineering, education, banking and late, and medicine. This medicine, including alternative, becoming today a completely new features. One of the ways of building health information systems is a medical information system (MIS). They are equipped with various medical institutions and units. The structure of such systems include automated registry, formalized hospital records attached contingent, accounting and analysis of attendance, sickness, checkups, health center, temporary disability, vaccinations, fluorography research, planning and calculation of doctors, forming all reporting and statistical documentation on the activities of the clinic, hospital and its departments. MIS provides personnel management, financial, material and technical resources, including medicines, medical instruments and equipment. The widespread introduction of MIS in Ukraine health system is important for the effective management of health care setting, improving the quality and objectivity of the diagnosis. MIS system components in a medical institution (hereinafter - the institution) and its technical support, implemented a set of measures regarding the unauthorized and uncontrolled introduction, modification, deletion, copying, distributing data. A wide range of functionally oriented applications MIS allows to create a variety of information network focused on the decision of all spectrum management tasks of medical and health care process in the medical facility. In health care use computer technology to process financial records. This reduces the duration of the financial operations and reduced the number of errors. Electronic medical history provides operational accounting costs associated with diagnostic and therapeutic procedures using medical supplies and materials, payment of medical services personnel, etc., which is crucial for health insurance. Medical Information System (MIS) - a tool for the definition and planning of all resources of medical institutions that are necessary for the conduct of medical diagnostic, administrative, economic, financial, service activities and accounting in providing medical services. The main advantages of MIS implementation in a medical facility are "Everything at a glance" - is the only database that makes it possible to keep operating beside all resources (material, human, financial). Increased security and privacy policies through the introduction of access to different data and login, password or fingerprint.. One of the major features of the system is the ability to keep records of financial flows. Modern MIS provide income to track with different levels of detail: clinics in general, departments, doctors and services rendered for any period. The use of electronic medical protocols, the possibility of calculating the effectiveness of treatment, reducing the likelihood of medical errors increases the quality of medical services. The information system is a reliable tool for strategic decision making.

STAFFING STRATEGIC MANAGEMENT ACCOUNTING AT THE ENTERPRISE

Iershova N. Yu.

National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute», Kharkiv

Ensuring competitiveness, implementing a strategy for sustainable development of business entities in a market economy, introduces new requirements not to specific knowledge, but to the competencies of employees [1]. Ensuring the activity of specialists in strategic management accounting requires knowledge of modern methods and tools of strategic accounting and analysis, namely: strategic pricing and calculation; monitoring of competitive positions; positioning of the enterprise (according to the chosen strategy); planning and strategic budgeting; Balanced Scorecards; complex analysis (profitability analysis, SWOT-analysis, GAP-analysis, etc.) [2].

The competences of a specialist in strategic management accounting as objectively necessary information about all aspects of accounting and analytical work consist of the demanded practice of general and professional components. The determinant of the professional competence of the specialist in strategic management accounting is based on the concept of competence, which is the basis of modern educational technology and is based on a dynamic combination of knowledge, skills and values and personal qualities that successfully perform professional functions [2]. Psychological features of a specialist in strategic management accounting are manifested in the aggregate of general psychological properties of the person: the analytical and constructive composition of thinking; emotional and volitional stability; stress tolerance and adaptability to extreme conditions and factors of labor; empathy and reflection; general psychophysiological activity. Professional skills and abilities are objectively necessary for successful activity, include a large arsenal of his actions and "technician" in relation to the implementation of practical tasks, functions and responsibilities. In our opinion, it is possible to form the necessary skills for carrying out the specified tasks in the process of permanent training.

To assess the overall competence of specialists in strategic management accounting at the enterprise level, we propose using an integral indicator based on a competency-based approach based on the following criteria: cognitive motivation, professional skills, interpersonal and communication skills, managerial skills, collective skills, indicator "Strategic Management Account Specialist" by the eyes of the head of the enterprise ". The proposed methodological approach is universal and can be adapted for use in enterprises of any legal form and industry.

References:

1. Бондар М.І. Концептуальні підходи щодо розвитку бухгалтерського обліку в Україні. Роль і місце бухгалтерського обліку, контролю й аналізу в розвитку економічної науки та практики: матеріали міжн. наук.-практ. конф. (Київ, 12 лют. 2010 р.). Київ: КНЕУ. С. 21-24.
2. Єршова Н.Ю. Детермінанта професійної компетентності фахівця з управлінського обліку. Економіка, фінанси, бухгалтерський облік: сучасний стан і перспективи розвитку: матеріали міжн. наук.-практ. конф. (Полтава, лютого 2017 р.). Полтава: С. 21-24.
3. Hemmingway C. Developing Information Capabilities. Analytics to Action research project, Cranfield School of Management. Oxford University Press. 2010. 8(1). P. 92-107.

THE GLOBAL TRENDS OF SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEMS

Kalinichenko L.L., Smachylo V.V., Nalyvaiko T.L.

Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture, Kharkiv

The global trends of social and economic systems are the following [1]:

– succession of generations. Another change of technological structures is underway, which changes the characteristics of the people themselves – in the near future people who cannot imagine life without computers, and the Internet, will reach the working age; which must be taken into account for their management. This is also important in the view of a significant transformation in the labor market, which occurs due to the succession of generations. It provides for the division of all people, depending on the age of birth, into generations X, Y and Z, which have specific behavioral characteristics that determine their behavior in the labor market. For instance, generation Y (Millennials) until 2030 will amount to approximately 75% of the global labor market [2].

– increasing the level of automation, and robotic application work. It is predicted that by 2025 smart machines and programs will be able to replace 33% of professions [2]. That is, the feature of the future requirements of employers to employees will be the ability to perform not routine work, but creative, which, in turn, will change the management methods for such a workforce.

– population growth and aging [2]. By 2030, the world population will increase by 13% to 8.4 billion people, and the average age of the population will increase to 34 years, which is four years more than now;

– activation of migration processes [2]. Globalization facilitates the free movement of labor and capital to more favorable locations and has created new ways of interacting. As a result, it is becoming increasingly difficult for the companies to engage and retain talented employees. An increase in the share of migrants by 5% leads to an increase in world income by 1%;

– increasing flexibility and adaptability of management processes. Dynamic transformations of economic processes, and globalization require changes to be made in approaches to the formation of labor collectives in general. Organizational structures should be flexible and adaptive to the rapid disruption of the external environment, updated requirements and needs. The concept of a "company employee" widens - blending workforce management [2]. The modern generation of workers aims to try themselves in different industries and areas of activity, provokes frequent changes in the workplace, the desire to have flexible work schedule and work from different places in the world, which requires the HR services of enterprises to find non-standard solutions for staffing. That is why the concept of "blended workforce" appears – when not only full-time employees, but also external industry experts, freelancers, etc. are engaged in the implementation of business tasks of the company.

References:

1. Kalinichenko L., Smachylo V., Nalyvaiko T. The influence of modern trends in labor on the formation of workforce capacity of the enterprises. *Innovative economics and management*. – №3. – 2018. – С. 163-170.

2. Galuzevi trendy Novi trendy u sferi upravlinnia personalom: yak pobuduvaty organizatsiiu maibutnoho [Sectoral trends New trends in personnel resource management: how to build the organization of the future]. Retrieved from [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-kbd-trends-2018-09/\\$FILE/ey-kbd-trends-2018-09.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-kbd-trends-2018-09/$FILE/ey-kbd-trends-2018-09.pdf) [in Ukrainian].

CHOICE OF MARKETING STRATEGY OF PRICE DETERMINATION

Kitchenko O. N.

National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Kharkiv

The enterprises, which work under the conditions of severe competition very often have a question: what measures need to be taken in order for the policy and tactics of price-fixing to provide a profit in the market. Price-fixing, which would suit both the buyer and the seller, requires of the last, the usage of marketing approach by means of which integrated evaluation of goods or service can be received. The first what directors should pay attention to it is the definition and a clear understanding of the aim, which is pursued by the enterprise. It is known that there are three main groups of the purposes in price determination: value-driven focused on the sale and connected with the competition. After the choice of a strategic aim, the analysis of demand for products, expenses, the prices of business rivals, the choice of a pricing method it is necessary to proceed with the choice of price strategy [1].

It is established that factors of the internal and external environment of the enterprise and also directly marketing strategy which is chosen by the enterprise exert a significant impact on the choice of price strategy. In practice of price determination methods of cost-based pricing which are seamlessly implementing into marketing price strategy are used. In most cases, the enterprise sets not one price, but a set of prices for different market decisions. Choosing a flexible price strategy, the enterprise seeming to adapt to the interests of buyers who are unequally sensitive to the change in price. The different prices in certain geographical regions, seasons, in segments of consumers can be variants of such decisions.

One of the sales promoting elements is the usage of policy on price reduction. But there are some restrictions. First, the existence of a broad demand for goods is necessary. Secondly, tactics of application of such a strategy has to have a short time interval, otherwise, it threatens the enterprise with significant losses of profit.

The opposite option of the previous strategy is the strategy of the price increase. Such option of strategy is used at the growing or excessive demand for goods when production capacities do not cope. Here the enterprise has to be precisely sure that competitors will also raise the prices.

The strategy of price leadership is used in the markets of an oligopoly where the leader of the market makes all decisions connected with the change in price.

Price-fixing of new goods is one of the most disputable options for price strategy. There are two options: either the usage of initially overestimated prices of goods or the usage of obviously the lowest price in the market segment.

It is not dependent on what price strategy will be chosen by the enterprise, success in the market will be achieved only if the enterprise pursues the active marketing price policy.

References:

1. Кітченко О.М. Маркетингова політика ціноутворення: аналіз та вплив на дохід компанії / С.Е. Кучіна, О. М. Кітченко // Бізнес-Інформ. – Харків: Видавничий дім ІНЖЕК, 2015. - № 3. С. 292-297 Режим доступу: http://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2015-3_0-pages-292_297.pdf

PROBLEMS OF INNOVATION IN UKRAINE AND WAYS OF THEIR SOLUTION

Krasnoshapka A.V., Novik I.O.

National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute», Kharkiv

We are living in postindustrial society where innovation take an important place. Leading countries compete with each other in many spheres and innovation is, to my mind, the most significant factor for development and enforcement of all of them. Nowadays it is a fact that without proper innovation level your country can not be on the top. That is why it is very bad that Ukraine has a lot of problems in this sphere. Why it is so and what should be done to improve the situation?

I will begin with factors that interfere or restrain development of innovation. First and according to a lot of experts, scientists and maybe all Ukrainians the most important problem is lack of state support. It is not a secret that this sphere is financed not enough. The fact is that it is more often impossible to develop and put this rather good and even really progressive innovation into practice because of lack of finance. Our country owns excellent innovative potential, but having no possibilities to develop or at least work normally our specialists go to other countries where they can find everything they need. But, in my opinion, it is unwise to accuse state government in everything. Our country is at war so it causes lack of finance support and, what is more important, causes second problem – restrains foreign investment. Without the last factor it is improbably difficult to build strong economy and innovation sphere too, as we can see, for example, in Japan, South Korea and so on. Third problem is also caused by the government policy – tax system, that leaves much to be desired. Certainly, this problem is more significant for business sphere but for innovation too, as they are strongly connected. Business is where innovation are applied and when everything is normally, this process develops the whole economy.

What can we do with all this problems? First – begin with state support and here one important step was already done. Our government created Fund for the development of the innovation at the end of 2018 with a budget of 50 million grivnas. Its idea is to help inventors with their startups providing financial support. We already have a good example – Israel where such fund works too. That does not means that it will work in Ukraine as there is a lot of questions and difficulties with it, but, for sure, it is a good step forward. Second task for government is to improve tax system, to make more appropriative. In addition, third task is to provide inventors, scientists normal conditions to work starting from their salary and finishing with appropriative facilities.

To sum up, I want to say once again that innovation is inalienable from progress and development. Ukraine has good innovation potential but with nowadays problems it can't be used complitely. And our government should immediately pay attention to this situation, in case we want to be among the highly developed countries and have a strong position at international arena.

SMART-EVALUATION OF ECONOMIC DECISIONS COMPLEXES OF THE ENTERPRISE

Larka L.S.

National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute», Kharkiv

Planning a set of economic decisions that influence on the level of investment attractiveness of the company should begin with an analysis of the compliance of this complex of enterprise development strategy [1].

An actual problem of research is the definition of methodological tools for determining the conformity of complexes of business decisions to the general strategy of enterprise development. In this situation it is quite effective to apply the SMART-evaluation technology, which allows us to determine the feasibility of implementing separate sets of economic decisions.

The main areas of analysis according to SMART technology are:

1) S – Specific (uniqueness). The purpose should be described in simple words, in order to understand the uniqueness of the complex of economic decisions.

2) M – Measurable (measurement capability). The goal should be quantified. It is necessary to specify the main parameters of the planned result in order to ensure that during the implementation of the complex of decisions it was possible to control the process of achieving the result.

3) A – Appropriate (relevance). The purpose of the project should be relevant and consistent with the strategic goals and prospects of the organization.

4) R – Realistic (realism). Realistic purpose means the real possibility of achieving the goal with the resources available in the organization and technological progress.

5) T – Time bound. Goal specifies time limits.

The goal is a vivid vector of development that promotes the positioning of an enterprise in the relevant market segment as an effective organization that successfully combines mission, goals, strategy and tactic receives positive results on the basis of economic activity. The right goal must stimulate the development of the enterprise in all its multifaceted aspects. Within the framework of SMART technology, goal accuracy is reflected through its characteristics [2].

It should be noted that in order to increase the level of validity of complexes of business solutions, SMART-evaluation should be applied at the main levels of strategy development: corporate, business strategy, functional and operational strategies.

References:

1. Ларка Л.С. Обґрунтування господарських рішень, що впливають на інвестиційну привабливість підприємства / Л.С. Ларка // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). – Харків: НТУ «ХПІ». – 2017. – № 46 (1267). – С. 100–103.

2. Охріменко О. О. Результативність стратегічного цілепокладання енергогенеруючих підприємств / О. О. Охріменко // Економіка: реалії часу. – 2014. – № 2. С. 63 – 68.

INTERNET TECHNOLOGY FOR CREATING COMPETITIVE ADVANTAGE ON VACATION RENTAL MARKET

M. Kryzhanovska, O. Uholkova
Lviv Polytechnic National University, Lviv

In the modern world, technologies are used in almost all spheres of life. Especially, it relates to the development of Internet Technology. Vacation rental market is not an exception, where the Internet is used. This work will explore a phenomenon of sharing economy online platform Airbnb at vacation rental market. The growing consumer preference for instant orders is the last trend that is gaining momentum in the vacation rental market. The growth of the tourism industry, which is provided by the increase in the number of domestic and foreign travellers positively influence the demand for vacation rental properties. The rapid growth of Airbnb proves there is an enormous market for travel products outside of mainstream offerings (Deloitte, 2017).

Revenue in the Vacation Rentals segment amounts to US \$47 billions in 2018 (Statista, 2018). The market has traditionally been tremendously fragmented, but in the recent years has undergone major consolidation and begun to evolve into online globalised industry with a number of large-scale branded players.

Airbnb is one of the sharing economy platforms and provides an opportunity for buyers and sellers to have direct relationship with their services in the Internet (Abdar and Yen, 2018). Since its launching in 2008, Airbnb has expanded into over 34 000 cities across 191 countries. Unusual for a sharing economy company, Airbnb transitioned into profitability in 2016, demonstrating proof for the validity of home-sharing within the global market (Stone, Zaleski, 2017). Airbnb has helped to stimulate the growth in the this market worldwide, having rapid expansion of inventory, huge brand recognition and high media profile. The price has the biggest impact on consumer an approach to avoiding the trend of studying a web page and the probability of a lease in this context, and then facial expressions and customer ratings.

Convenience and ease of use is a platform advantage on the market. Both the landlords and tenants pay fee for the service, but at the same time the landlords receive a profit, and the tenants have a good service for an adequate price.

To conclude, right usage of the Technology helps to create successful online platform Airbnb. Unlikely for the sharing economy platform it is profitable and has helped boost the growth of the vacation rental market.

References:

1. Deloitte (2017). *2017 travel and hospitality industry outlook*. URL: <https://www.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumerbusiness/us-cb-2017-travel-hospitality-industry-outlook.pdf>
2. Statista. (2018). *Vacation Rentals - worldwide | Statista Market Forecast*. URL: <https://www.statista.com/outlook/268/100/vacation-rentals/worldwide#market-globalRevenue>
4. Abdar, M. and Yen, N. (2018). *Analysis of user preference and expectation on shared economy platform: An examination of correlation between points of interest on Airbnb*. URL: <https://www-sciencedirect-com.ezproxy.kingston.ac.uk/science/article/pii/S0747563218304801>
5. Stone, B. and Zaleski, O. (2017). *Airbnb Enters the Land of Profitability*. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-01-26/airbnb-enters-the-land-of-profitability>

HOW MUCH DOES SOCIAL RESPONSIBILITY CONTRIBUTE TO CORPORATE REPUTATION?

Nashchekina O.N.¹, Timoshenkov I.V.²

¹ *National technical university "Kharkiv polytechnic institute", Kharkiv*

² *V. N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv*

Today it is commonly recognized that reputation is a valuable intangible asset of any company, crucial for its long-term success. This asset cannot be easily acquired – it takes time to build a good reputation, but it can be ruined instantly, causing the company value to plummet.

The rapid advances in information and communication technologies that facilitate and accelerate access to information have both positive and negative effects on corporate reputation, depending on what kind of information about the company is transmitted. The most important is that in the digital era it is much more difficult to cover up or control the spread of information detrimental to a company's reputation.

If a good corporate reputation has an economic pay-off, it should be effectively managed. For this purpose, it is necessary to measure it so that one could track changes in the corporate reputation over time and assess the results of actions aimed at improving the reputation. Corporate reputation is a complex phenomenon having a great number of dimensions. The Reputation Institute, the world's leading provider of reputation measurement and management services, developed the RepTrak[®] methodology for measuring corporate reputation, which is successfully used in global as well as country- and industry-specific surveys. Apart from measuring the emotional connection of stakeholders with the companies assessed, the RepTrak[®] methodology includes the rational evaluation of the companies along seven dimensions, specifically product, innovation, leadership, performance, workplace, governance, and corporate citizenship. Each of these dimensions is further broken down into a number of attributes. The dimensions are assigned weights to show their relative importance. Three dimensions out of the seven (workplace, governance and citizenship) are directly related to social responsibility, and their total weight in the overall reputation score is about 40 % [1]. However, it can be argued that social responsibility extends to other dimensions too (e.g. product, innovation) and the total weight of social responsibility factors is actually higher. No significant differences in the dimension weights across world regions were detected, however in Latin America a higher stress was placed on performance than on corporate citizenship [1].

The importance of social responsibility is also reflected in the Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) that track financial performances of the leading sustainability-driven companies. To be listed on the DJSI, the largest companies by market capitalization first undergo the corporate sustainability assessment. Since sustainable investing grows in popularity, being listed on the DJSI has a positive effect on the corporate reputation and makes the company more attractive to prospective investors.

References:

1. 2018 Global RepTrak. Available at: <https://www.reputationinstitute.com/research/2018-global-reprtrak>

THE INFLUENCE OF NATIONAL CULTURE ON INNOVATIVE ACTIVITY OF ENTERPRISES

Novik I.O., Herashchenko J.M.

National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute», Kharkiv

Culture is the central theme of the study of the behavior of organizations. It affects both business activity and the efficiency of doing business. The purpose of this study is to study the impact of culture on the innovative activities of enterprises. There are significant differences regarding both innovation and innovation in European countries. One of the main aspects of effective innovation is the cultural aspect.

The tradition includes a system of norms, customs and worldviews, which make up the most significant part of the cultural experience of the development of society. It also acts as an intermediary between modernity and the past, the mechanism for the storage and transmission of patterns, techniques and skills of activity (technologies), which inevitably enter into the real life of people and do not require any particular justification and recognition, except for reference to their rootedness in culture .

The national innovation system is a complex of institutions of legal, financial, organizational and social character, providing innovative processes and having strong national roots, traditions, political and cultural peculiarities. The innovation system is formed under the influence of many factors that are objective for a given country, including its size, the availability of natural and manpower resources, the peculiarities of the historical development of state institutions and forms of entrepreneurial activity.

The competitiveness of the enterprise can provide only the innovations that are necessary, which will take into account the national culture of the state.

The significance of national culture for the development of enterprise innovation:

- The organization of the scientific sphere (including its factory sector) that produces innovations capable of commercialization, which has a certain market potential, must clearly understand, take into account and respect cultural values that help to recognize products and demonstrate attitudes towards and values of cultural values in the masses;

- market research and innovation development are impossible without taking into account the peculiarities of the national culture;

- the peculiarities of national culture make it possible to develop new markets on the territory of other states, to develop their own business, focusing precisely on national traditions

- development of innovative technologies taking into account peculiarities of perception by buyers taking into account peculiarities of national traditions and cultural values.

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

Nzau E. L

*National technical university
“Kharkov polytechnic institute”,
Kharkov*

Human resource management is a strategic approach of management of people inside an organization in order to help the business succeed by training, recruiting and finding competitive advantages.

The term «human resource» was coined to help a company maximize its efficiency by employing skilled employees to do their trades and introduce their values to their target audience. But sometimes this isn't the case as emotions and cultural values has juxtaposed and jeopardized this phenomenon thereby leaving managers confused and inevitably lowering the company's performance.

This calls for the usage of certain instruments (training and development, motivating, performance appraisal, organization development, rewards, employee's welfare and quality of work life and so on) to be imbibed by the human resource to ascertain the company's performance in relation to the workforce.

Any business wants to be more efficient in their dealings and bagging in more profit with operational personnel; indeed, it's of a great appurtenance for them to hire workers with skills and also try to train the employees they have. This pathway paves room for development of employees in carrying out their daily activities and thus increases the organization's efficiency in managing resources.

The employee who receives the necessary training is more able to perform in their job. The training will give to the employee a greater understanding of their responsibilities within their role, and in turn build their confidence. This confidence will enhance their overall performance and this can only benefit the company. Employees who are competent and on top of changing industry standards help your company hold a position as a leader and strong competitor within the industry.

The investment in training made by the company shows employees that they are valued. The training creates a supportive workplace. Employees may gain access to training they wouldn't have otherwise known about or sought out themselves. Employees who feel appreciated and challenged through training opportunities may feel more satisfaction toward their jobs.

Corporate entities are in dearth need of skilled hands to maximize their resources and are delighted at employees who sincerely desire career growth and advancement. Besides the tough in recruitment process, embracing training and development will indeed satisfy the need for efficiency in workforce.

THE SYSTEM OF AUTOMATING THE PROCESS OF PERSONNEL SELECTION

Roman Artiukh, Viktoriia Nevludova

*State Enterprise "Southern National Design & Research Institute of
Aerospace Industries", Kharkiv*

The paper deals with the issues of automating the process of the business personnel selection since the general management of the organization depends on the right approach to personnel tasks. Personnel selection for an enterprise is a very important and complex process and it should follow the appropriate algorithm. Among current technologies of personnel selection, three basic ones should be distinguished; they are headhunting, recruiting and screening. To find specialists, recruitment officers often use various channels including professional networks, recommendations, and corporate databases. The following stages of the process of personnel selection are proposed: receiving job requisitions; analyzing the labour market; choosing and implementing the techniques of personnel selection methods.

To solve the above tasks, the information system was developed; the system has the following features:

- 1) the software package consists of a set of HTML pages that combine PHP language instructions and text with HTML formatting;
- 2) the package data are stored in MySQL database;
- 3) data display parameters and settings for the access to the MySQL database are stored in the setup file;
- 4) the user enters the address of the start page in the browser;
- 5) HTTP-server analyzes requests that have come from users;
- 6) the interpreter processes data;
- 7) MySQL DBMS operates on the server side and uses the setup file to determine the operating parameters
- 8) front-end tools (Bootstrap, JSON, AJAX) ensure data presentation on the customer side;
- 9) the system parser performs the filtering function and helps to update the data in the database using the social network Facebook.

The capability to monitor a number of candidates in the database, the filtering of active candidates for vacancies, the cancellation of filters and printing of all data are implemented.

The use of a system for automating the personnel selection reduces the time and improves the process of data collecting and processing. To confirm the efficiency of the system use, the time vacancy filling using the proposed system was compared with the time without using the system. As a result, the efficiency of the developed system was proved.

References:

1. Malyeyeva O. The system of information support of recruiting processes in it-company / O. Malyeyeva, R. Artiukh, E. Persiyanova // Innovative Technologies and Scientific Solutions for Industries. – 2018. - No. 2 (4). - P. 25–33. DOI: <https://doi.org/10.30837/2522-9818.2018.4.025>.

AGILE PROJECT MANAGEMENT FOR INTERNATIONAL BUSINESS: IMPACT OF CROSS-CULTURAL DIFFERENCES

Rusanova L.D., Zubkova A.B.

National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", city of Kharkiv

The paper considers question of cross-cultural differences in work of teams in international business. Nowadays, using of agile approaches to work gains popularity in international business [1]. But the emerging problem states that if the concept of agile project management is implemented differently in various cultures: how is it possible to negotiate perceptions between them?

Agile project management (APM) is an approach to project management, which divides the project process on small cycles in order to respond quickly to changes of environment. Key roles in this approach are Product Owner, Scrum Master, Scrum Teams according to the original concept developed by Jeff Sutherland[2]. Depending on attributes of national cultures they are different.

It was revealed that in most monochronic cultures it is difficult to implement Agile Methodology according to the original concept. Key features of monochronic cultures are responsibility and discipline, the manager must lead people. For workers in Germany and Austria, it is difficult to adapt rapidly to changes, which is key in agile methodology. Also, teams require Managers. So in monochronic countries the team consists of Product Owner, Scrum Master, Scrum Team and Managers.

Scandinavian countries, which are somewhere in between of monochronic and polychronic cultures, implement agile methodology according to the original concept. Thus, team composes of Product Owner, Scrum Master, and Scrum Team. Also, Scandinavians are punctual in their work; contribution to teamwork is always appreciated.

In polychronic cultures people are multitasking, easily take risks, always ready to changes, think about their goals but nevertheless, workers need managers to be controlled by someone. Questions connected with responsibility and self-discipline have arisen. Workers can be easily distracted from their tasks. Ukraine is a typical example of polychronic cultures. The team consists of Product Owner, Scrum Master, Scrum Team and Manager. Sometimes Product Owner and Scrum Master is the same person.

Implementation of agile project management in international business would allow reducing cross-cultural differences in the relationship of team members to each other. In accordance with cultural peculiarities during the management of agile projects, it is necessary to form a team that could decrease differences in perception of cultural disparities between its members. Furthermore, it would be interesting to examine in future key peculiarities in the relationship between people from different countries working together in agile teams for international business.

References:

1. Agile Manifesto- [Elektronniy resurs]. Rejim dostupu: <https://agilemanifesto.org/>
2. Roles in Scrum Teams- [Elektronniy resurs]. Rejim dostupu: <https://www.scrum-institute.org/Scrum Roles The Scrum Team.php>

MODELING OF THREATS TO ENTERPRISE FINANCIAL SECURITY

Sergienko Olena, Tatar Maryna

*National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»,
National Aerospace University «Kharkiv Aviation Institute», Kharkiv*

For systematically and adequately investigation of enterprise financial security level it is necessary to identify and classify the set of threats to external and internal environment that affect the security level. The model of a complex dynamic assessment of threats to enterprises financial security includes the following 5 steps:

1. Analysis of the indicative space and the formation of system of indicators of threats of external and internal environment, which affect the enterprise financial security level. 2. Assessment of the relevance and significance of the factors of threats of the external and internal environment that affect the financial security level. 3. Estimation of local and general integral indicators of threats of factors of external and internal environment based on integral rating estimation. 4. Classification and interpretation of threats of external and internal environment. 5. Forecasting integral indicators of threats to the factor space of external and internal environment for the recognition of future development trends.

Factors of the threats of internal environment are grouped into 5 aggregated groups: labor resources, means of production, capital, technologies, management. Factors of external threats are grouped into 7 groups: social and political, state strategic position, macroeconomic, market, banking, fiscal, stock [1]. For example, the general integral indicator of threats level of enterprise external environment is:

$$I_Z_ZSR_t = (\{I_Z_ZSR(SP)_{1_t}\}, \{I_Z_ZSR(SPD)_{2_t}\}, \{I_Z_ZSR(MACRO)_{3_t}\}, \\ \{I_Z_ZSR(RIN)_{4_t}\}, \{I_Z_ZSR(BANK)_{5_t}\}, \{I_Z_ZSR(FISC)_{6_t}\}, \{I_Z_ZSR(BIRG)_{7_t}\})$$

where X_{ij} – indicators of the first level of the system of estimation of local components of threats of the enterprise external environment; $I_Z_ZSR_{j_t}$ – local components of threats of the enterprise external environment in the appropriate period of time t ($t=1 \div 5$); $I_Z_ZSR_t$ – complex general indicator of the state of threats of the enterprise external environment in the appropriate period of time t ($t=1 \div 5$).

The implementation of the proposed tools for assessing, analyzing and forecasting of threats of external and internal environment in practice of enterprises makes possible to determine the set of safe states of the system as a whole and the individual local components taking into account the threats activity; to calculate the effective trajectory of enterprise behavior for the safe state of the system and to identify promising directions for a safe path of development; to calculate the efficiency of finding the system in the current state and the costs associated with the transition to a qualitatively new level of security and neutralization of threats.

Literature:

1. Sergienko O., Tatar M., Golofaieva I. Analytical and applied aspects of modeling internal and external threats to enterprise financial security // Информационная экономика: этапы развития, методы управления, модели / Под ред. докт. экон. наук, проф. В.С. Пономаренко, докт. экон. наук, проф. Т.С. Клебановой. – Харьков, ВШЭМ – ХНЭУ им. С. Кузнеця, 2018. – С 396-414.

DEFINITION PERSONNEL POTENTIAL OF THE ENTERPRISE

Smachylo V.V.

Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture, Kharkiv

The growing role of a person in economic processes requires thorough theoretical and methodological research in this area in order to clearly justify a wide range of concepts used in scientific circulation. A large number of terms do not have a clear scientific interpretation and are not outlined in the legal field, which causes a misunderstanding of socio-economic categories.

Evolutionary, the category of personnel potential appears in economic circulation as a result of changing the extensive way of developing production to intensive. What, in scientific thought, is regarded as the reaction of science to the need for practice, which involves the growth of qualitative formation and the use of appropriate capabilities of individual workers as a whole. As a factor that prompted the emergence of the concept of "human resources" determine the strengthening of the role of the human factor in the activities of enterprises.

In defining the category of personnel potential of the enterprise (PPE), it is necessary to take into account the whole set of approaches (resource, factor, integral, systemic, attributive-synthesizing indicative and resultant competence) that have developed in the economic thought for the current period of time. The existing approaches to the understanding of the socio-economic category "personnel potential of the enterprise" are analyzed, and it is established that, accordingly, to the features of the system, its essential load is most fully disclosed precisely because of the system approach. The author believes that PPEs should be viewed as an open socio-economic system (from the Greek «system», which consists of parts, united) and this makes sense, because the human potential interacts with the external labor market to improve its characteristics through movement frames, and internal, through the transfer of labor potential into the personnel through the improvement of qualitative characteristics. In addition, it is necessary to take into account the duality of the system, when components of the lower order (individual potentials as systems) form a system of higher order - human potential.

It is established that the personnel potential of the enterprise is a complex dynamic socio-economic system, which has both static characteristics that are represented by its structure and mode of operation (a set of elements and characteristics of processes), as well as dynamic, which are related to the target component, that is, directional movement in space;

It is suggested that under the personnel potential of the enterprise to understand the open socio-economic system, which is represented by the existing set of abilities and capabilities of the personnel of the enterprise, having quantitative and qualitative characteristics necessary for the enterprise for the sake of sustainable development.

THE INFLUENCE OF INNOVATION ON LANGUAGE TEACHING

Szabolcs Nagy – Szilvia Szabó

University of Miskolc, Miskolc

Innovation is one of the main driving forces of our accelerating economy. Its first definition and models were created by Schumpeter at the beginning of the 20th century. Schumpeter interprets capitalism as creative destruction, which incessantly destroys old structures and incessantly creates new ones, forming a series of innovations and changes [1]. Schumpeter's various models are the expressions of historical development: classifying innovation in terms of time and space, it was significantly different during capitalism in the stage of free competition and during the phase of monopoly capitalism, and it is going through basic transformation in today's era. It is in our age, the post-modern age, where globalization of the economy is gaining ground and where consumer protection or /also/ state aided consulting becomes typical. It is easy to see the significance and use of the above in language teaching. Let us take Schumpeter's innovation types for a start[2], when reviewing the innovation opportunities of the sector. Establishing new goods or a new quality of the old goods: In our case the digital content appearing in language teaching can be considered as a new quality. Digital products present themselves as elements of a virtual world: i.e. mobile applications, videos, distance learning packages. Just a few more steps and shortly mass telepresence, holographic display can be accomplished. *These new technologies appearing* in various disciplines provide new opportunities for language teaching. Psychology is developing new, more effective memorization methods upon which individual training sessions can be built. Brain research is supporting the development of machines that measuring the functioning of the brain and intervening electronically in the processes taking place there may make learning more effective. The new communication technologies of the digital world ensure that the geographical distance between the teacher and the student does not pose an obstacle any more. The almost unlimited availability of new digital contents brings an end to the concept of boring learning. New technologies also mean the opening of new markets. As digital communication is getting less expensive and distances cease, many more students may be reached at any point of the world. A language school may find teachers more easily, and even if they may be at any point of the world they may be employed and become part of the school's own training system. The training organization may also be completely transformed in such a digitalized global system. With the termination of the usual employee statuses tied to a specific place may be set up from entrepreneurs, which can be readily adapted to the actual demands. Language teaching is basically not developing in independent language laboratories, but it is the new developments produced incessantly in various disciplines, that can make teaching methods more effective. The assisting intermediaries, the consultants being part of the model can provide good service for a large language school if they know the different border disciplines and keep track of developments there. Sharing this information with the language school and making proposals for underlying development opportunities of language teaching, good cooperation may be established between the school and the consultants. It is evident that a language school that would like to keep pace with changes and is making efforts to incorporate new innovative possibilities into its methodology is compelled to plough back its profits into investments again and again. However, only these investments ensure its survival and continuous growth in spite of the fierce/long-lasting competition. The above sectorial overview shows the organizing power of economic theories and concepts and their suitability for projecting them to specific industries and making analyses yielding daily benefits.

References:

1. Warner, J. (2013): Capitalism, Socialism and Democracy. By J. A. Schumpeter, The European Legacy: Toward New Paradigms, 18:2, 262-263
2. Derecskei, A., Hámori, B., Hlédik, E., Rosta, M., Szabó, K., Tóth, L. (2012) Innovációs verseny. Esélyek és korlátok (*Innovation Competition. Chances and Limits*), Aula Publishing House, p. 121

THE ROLE OF UNIVERSITY RANKINGS IN UNIVERSITY CHOICE

Szabolcs Nagy, Csilla Molnárné Konyha

University of Miskolc, Faculty of Economics, Miskolc

University rankings have a growing importance as it is an information source for the potential students, while universities consider it a kind of marketing tool. Besides rankings have significant effect on image [6] and reputation. Building the image of the university is not easy to create but a very long professional process and the result of a conscious communication and marketing activity. [8]. While several research was made on the methodology of the rankings, including indices and weights applied for their compilation [3], the number of researches dealing with their effects on recruitment is negligible. A significant research on this topic was made by McDonough et al [7]. According to it the Asian and American students, whose parents have a degree, and who are from a family with higher income, rankings are considered to be a more important factor. Clarke [1] and Hortschräer [5] had similar results and also highlighted those potential students who fulfilled their studies with very good grades. Espinosa et al [4] also highlighted that rankings were found a more important factor when choosing a university by those students who are from a wealthier family compared to their research on the same topic in 1998. In addition to it, students are aware that ranking of their school can have an impact on their labour market prospects and their potential for employment [9]. The copy of Times Magazine dealing with rankings uses employment prospects as an indicator when setting up its list. The data suggests that graduates of the top ranked universities (Oxford, Cambridge, London School of Economics) have the best chances to get better jobs. Universities at the top of the list can also charge higher tuition fees, while admission is easier for a given tuition fee at other institutions having worse place in the list [1]. As for the Hungarian professional literature, Csuka and Banász [2] made a survey among the potential university students. It suggests that three quarters of the respondents know Hungarian rankings, but they have no idea about their methodology and ranks had no relevance when choosing a university. Due to the global rankings, better universities can compete for students worldwide. Without doubts, those universities that have a prominent position on the list can select more talented students and make their position even better than their competitors.

References:

1. Clarke, M. (2007). The Impact of Higher Education Rankings on Student Access, Choice, and Opportunity. In A. Sanoff, & et al., *College and University Ranking Systems Global Perspectives and American Challenges* (35-48). Washington D. C.: Institute for Higher Education Policy.
2. Csuka, G., & Banász, Z. (2012). Lehetőségek és döntések- a felsőoktatási intézményválasztási szempontok változása. *Educatio*, 4, 616-631.
3. Dill, D., & Soo, M. (2005). Academic quality, league tables and public policy: A cross-national analysis of universit ranking system. *Higher Education*, 49(4), 495-533.
4. Espinoza, L., & et al. (2014). *Rankings, Institutional Behavior, and College and University Choice*. Washington: Framing the National Dialogue on Obama's Ratings Plan.
5. Hortschräer, J. (2012). University rankings in action? The importance of rankings an excellence competition for university choice of high-ability students. *Economics of Education Review*, 36(6), 1162-1176.
6. Kuráth, G. (2008). A Beiskolázási Marketing Szerepe a Hazai Felsőoktatási Intézmények Vonzerőfejlesztésében, *Doktori értekezés*. Pécs.
7. McDonough, P., & et al. (1998). Rankings: Democratized College Knowledge for Whom? *Research in Higher Education*, 39(5), 513-537.
8. Piskóti, I. (2011). Módszertani és szervezeti megoldások az egyetemi marketingben. *Felsőoktatási Műhely*, 2., 39-51.
9. Rolfe, H., & Anderson, T. (2003). A Firm Choice: Law's Firm's Preferences in the Recruitment of Trainee Solicitors. *International Journal of the Legal Profession*, 10(3), 315-334.

THE RELATIONSHIP BETWEEN CONTENT MARKETING AND THE ELEMENTS OF THE TRADITIONAL MARKETING COMMUNICATION MIX

Szabolcs Nagy, Gergő Hajdu
University of Miskolc, Miskolc

Content marketing (CM) is essentially about creating and distributing meaningful, up-to-date and valid content. (1) In a deeper sense, its main priority is creating consumer confidence and value (2). It may have an entertaining or educational function. (3) The 5 classic major marketing communication tools are advertising, sales promotion, PR, personal sales, direct marketing. As for the differences between CM and classic marketing communication tools, advertising is basically a one-way communication that is made for a wide range of masses and uses the media of others that is why it is clamped between frames. (4) On the contrary, content marketing pursues two-way and more personalized communication with problem-solving purposes, and its important element is building relationships. (5) Direct marketing and content marketing are targeted communication and they take place in a digital environment. However, while the former explicitly aims to increase the volume of purchases, the latter adds value to the customer without purchasing. (6) There is practically no common point between personal sales and CM except for the event, as a tool. (7). The common tool of PR and content marketing is a similar toolbox, but the difference is that PR is a more strategic tool that builds on news value and events with a stakeholder's points of view. (8) CM is a tactical tool that would like to be present in the lives of consumers with frequent communication (9). Sales promotion (SP) and content marketing may have the idea of increasing customer experience and loyalty. The difference is that in the case of SP, the shopping experience cannot be separated from the purchase and loyalty is achieved with financial benefits. (10) In the case of CM, experience creating is not necessarily tied to purchase and enhances loyalty with non-material benefits. There is no consensus in the literature regarding the relationship between social media marketing and content marketing. Social media is a communication platform that needs to be managed uniquely, moreover it can be a tool for content marketing, just because it shares content (11). Thus, in many cases, the elements of CM and TMM overlap, while in other cases there is a clear separation, which raises the question whether CM can be a new communication mix element, which requires further research.

References:

1. Wang W. L., Malthouse E. C., Calder B. Uzunoglu E. (2017). B2B content marketing for professional services: In-person versus digital contacts. *Industrial marketing management*. Nov. 2017
2. Repovienė R. (2017). Role of content marketing in a value creation for customer context: a theoretical analysis, *International Journal of Global Business Management and Research*, Vol 6., issue 2., Aug 2017.
3. Lindström A. L., Jörnėus A. (2016). Co-Creating value through Content Marketing, University of Gothengurg, Scholl of Business, Economics and Law
4. Johnson, R. (2014, September 07). The Difference Between Content Marketing and Advertising. <https://www.socialmediatoday.com/content/difference-between-content-marketing-and-advertising> 2018.12.01
5. DeMers, J. (2016, May 28). Product Marketing Vs Content Marketing: Which Is Better And Why? <https://www.forbes.com/sites/jaysondemers/2016/05/28/product-marketing-vs-content-marketing-which-is-better-and-why/#351d786d1652> 2018.11.28
6. Kotler, P, Keller, K., L. (2006 and 2012). *Marketingmenedzsment*, Akadémiai Kiadó, Budapest
7. Kotler, P., Kartajaya H., Setiawan I. (2017). *Marketing 4.0 - Moving from Traditional to Digital* John & Sons, Inc
8. Konczosné Szombathelyi M. (2018) A PR úttörői és napjainkig tartó hatásuk, Széchenyi István University, Kautz Gyula Faculty of Economic sciences, Institute of Marketing and Management
9. A tartalommarketing is pr? (2018 May 29) <https://www.probusiness.hu/pr/a-tartalommarketing-is-pr/> 2018.11.11
10. Content publishing frequency – To post or not to post: that is the question (November 7, 2018) <https://www.greatcontent.com/content-publishing-frequency/> 2019.03.10.
11. Murdock T (2012, Feb. 27): Content Marketing vs. Social Media Marketing: What's the Difference? <https://contentmarketinginstitute.com/2012/02/content-marketing-vs-social-media-marketing/> 2018.11.27.

THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF GAMIFICATION

Szabolcs Nagy

University of Miskolc, Miskolc

We live in the Digital Age in which the global higher education industry faces new challenges. One of them is closely related to digitalization. It is indispensable for higher education institutions to increase student satisfaction by offering courses that arise and maintain students' interest and provide them with practical experience. Therefore, they need constant innovation. Gamification, which is one of the most important trends in digital educational innovation today, can help them to achieve this goal. This is especially true in the case of the members of the Generation Z. They are the True Digital Natives. They are born into the Digital Age and they are native speakers of the "digital language". For them, learning is easier with using digital devices [1]. It is widely seen that gamification have a positive effect on learning outcomes in Gen Z [2].

Besides reviewing the relevant Hungarian and international literature, in this paper I present how gamification can be used in marketing courses in higher education through the case of a brand simulation software called SimBrand. In order to assess the students' perceptions on gamification, I have conducted an online survey among students already participated in the simulation game. The students really prefer non-traditional (i.e. online, gamification-based) learning over traditional learning and consider the online training (gamification) to be significantly better than a traditional marketing course. With the help of gamification students' performance can be increased making good use of the high technological orientation of Z generation and their "positive" addiction to games. The high score (4.25) of customer loyalty index (CLI) among SimBrand users indicates that they are not only satisfied but "loyal" to this simulation software and gamification in general. On a five-point scale their satisfaction (S) was 4.25, re-purchase intention (RPI), i.e. intention to participate in the game again was 4.14, whereas recommendation intention (REC) was 4.35, so CLI was found to be 4.25, which is a quite high overall score. The customer loyalty index [3] can be calculated using this formula: $CLI=(2 \times S+RPI+REC)/4$.

Based on the empirical findings the following conclusion can be made. Using gamification in marketing education is highly recommended despite its limitations since this new approach makes the courses more practice-orientated. Moreover, it has been proved that Gen Z students prefer gamification over traditional methods and consider it to be very practical. Gamification works very effectively whenever we want students to practice online collaboration, team decisions, decision support analyses and to make them understand how marketing mix elements are interrelated in practice.

References:

1. Forgó, S. (2009), „Az új média és az elektronikus tanulás”, Új Pedagógiai Szemle, 8–9. sz. 91–96 / The New Media and Digital Learning, New Pedagogical Review, Vol. 8-9, p. 91-96
2. Hamari, J., Koivisto, J. and Sarsa, H. (2014), „Does Gamification Work? - A Literature Review of Empirical Studies on Gamification”, 47th Hawaii International Conference on System Sciences. doi:10.1109/hicss.2014.377
3. Piskóti, I. (2008), „Elégedettség – és értékorientált ügyfélmenedzsment – modell keretei”, Marketingkaleidoszkóp, Miskolc Egyetem–Gazdaságtudományi Kar, Marketing Intézet, Miskolc, 11-37/ Satisfaction and value-based customer management – model framework, Marketing Kaleidoscope, Faculty of Economics, University of Miskolc, Miskolc, p. 11-37

DECISION-MAKING PROCESS IN THE BACKGROUND OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Tamás Bakó

University of Miskolc, Miskolc

The formation of socially responsible economic relations directly depends on the development model that is being implemented by the country. The basis of the mechanism of social maturity formation of enterprises lies in the degree of formation of their social responsibility.

Decision-makers (including strategic decisions) has to meet more and more frequently with the expectations of their closer or broader environment in connection with the consequences of their business-decisions [1]. On the other hand, senior managers must represent and take into account the proprietors' and shareholders' interests, sustaining the profitable corporate management of the firm [2]. There are different factors, that have significant influence on socially responsible decision-making process with regard to the decision-makers, the company and also the surrounding environment, both industrial and social.

As far as Corporate Social Responsibility (CSR) is a strategic question, and in the strategy-making process CEO-s have the leading role, their leadership-style plays an important role concerning CSR. As an example for the employees, his behaviour and attitude to CSR influences the attitudes and behaviours of business unit and mid-level management, indirectly the human resources of the firm at all [3].

According to my 32 years of business experience Corporate Social Responsibility is forced by outer or inner pressure on business management. At the end of the day it is true, that without a profitable firm there is no CSR. Therefore, when CSR and profitability counteracts every case the latter will be stronger. If we see the latest business scandals, like diesel-engines' falsified software's, that can give unreal data concerning the emission of harmful particles, etc., it could be said that profitability and personal material interests and well-being rules over social responsibility. At the current stage of economic development, compliance with the concept of the corporate social responsibility of the enterprise helps to create and maintain a harmonious relationship between all participants in internal and external business processes.

References:

1. Angyal, Á (2009): *Vállalatok társadalmi felelőssége, felelős társaságirányítás (Corporate social responsibility)*, Kossuth Kiadó Budapest
2. Győri Zs. (2010): *CSR-en innen és túl –PhD értekezés– Budapesti Corvinus Egyetem gazdálkodástani Doktori Iskola*
3. Waldman et al.(2004): *CEO Transformational Leadership and Corporate Social Responsibility*, Rensselaer Working Papers in Economics Number 0415, June, 2004

BASIC APPROACHES TO ASSESSING SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Turan Ugur

National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute», Kharkiv

The article discusses issues that are more relevant today than ever. World societies are similar socially, politically, culturally and economically and exhibit different characteristics in many ways. When the existing structures of world societies are evaluated in terms of economic and environmental aspects, it should be noted that they are more likely to be opposed to each other. Despite all these social, economic and environmental problems, one of the most important tasks of European countries is to maintain a high standard of living for people. In other words, the societies of the world are in a severe socio-economic separation at both national and international level. Today, the disparities of income distribution observed between countries and within countries themselves are the most concrete indicators of the increase in this divergence. This situation inevitably leads to tensions between the countries and among the citizens. Indeed, the real cause of many wars between countries today is the disagreements arising from resource sharing. Likewise, the problems experienced in the sharing of income within the country can cause internal conflicts or other political problems. Often these distortions in the sharing of income can combine with ethnic, religious and regional problems, resulting in more devastating consequences for both communities and the environment. Although the problem of sharing of national income is seen in almost every country, the reactions of people differ according to the country's economic conditions. In general, responses are milder in rich countries, while in poorer countries they may become relatively stiff [1]. It can be said that there are disagreements in the sharing of resources or income on the basis of all the problems and tensions that are experienced both in the international and national level. One important aspect is also the timing of information, which needs to be updated and as accurate as possible. The information, which is understandable for a consumer, should be supplemented with information that will satisfy the information needs of a wide range of stakeholders – taking into consideration privacy regulations [2]. These tensions are not only international but also a national problem. A second problem is how to preserve the capacity of existing natural resources to support social and economic structure. Sustainable development, the future balance between man and nature, without consuming natural resources, allow us to develop and develop the needs of generations who program life and development of today and the future it means. Therefore, requirements for success, in addition to sustainable development; holistic planning and strategy development, the preservation of basic environmental processes, human inheritance and the protection of biosafety, the spread of productivity over a long period of time and growth models that allow this to be achieved with a natural balance of growth between resources.

References:

1. Bimonte, S. 2002, Information access, income distribution and the Environmental. Ecological Economics, 41(1), pp. 145-156, [https://doi.org/10.1016/S0921-8009\(02\)00022-8](https://doi.org/10.1016/S0921-8009(02)00022-8)
2. Savchenko O., Poberezhnyi R. 2017, European experience and Ukrainian realities in the policy of financial support entrepreneurial sector- Journal of Economics & Management, 30, 117-140.

PROBLEMS OF INTRODUCTION OF INNOVATIONS ARE ON INDUSTRIAL ENTERPRISES

Vasytsova S.O.

National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute», Kharkiv

Scientists and economists-practices spare much attention to the problem of decline of innovative activity in the state. Analytical work is conducted in relation to accessible statistical indexes, recommendations are developed and given.

If to detect to the statistician, that she is given by Government service of statistics of Ukraine, then it appears that innovative activity takes place. The scientific opening continue to take place, inventions are patented, is science, though suffers from the lack of money, however stands in place. Numerous developments of foreign scientists are accessible, by an eventual end, such widely used phenomenon is possible. But the question of absence of products of base innovations in Ukraine remains actual.

The degree of development of innovative technologies researchers measure through the innovative parameters of certain industries and types of products, that have international meaningfulness. Necessary data are contained by statistics of almost all states of the world, that, except producing of innovative products and technologies, removes them *запитаність* by a world market, and thus is confession and meaningfulness.

In relation to home commodities present at the internal market, it maybe to establish:

- home hi-tech products yield to the imported commodities, that have a powerful productive base and, comparatively, considerably more subzero prime price;
- hi-tech corporations do not find out the personal interest to forming of scientific and production structures, economically proof, apt at development own ideas and next reproductive cycle;
- for the modern structure of hi-tech complex of Ukraine weak development or complete absence of many elements is characteristic.

As stated above, economic development is slowed, when technologies become antiquated. Just the same processes are processes of deceleration of industrial development, and consequently – and changes of structure of economy, took place in Ukraine for the last two decades. Innovative activity as state ideology – for the leaders of the state, innovation – as a guarantee of increase and business safety – for businessmen, embodiment of scientific idea – as sense of existence of scientific institutes and scientists, such the vision of further development must become.

References:

1. Heroes of the Revolution //Innovation & Technology Transfer. – Luxembourg : The European Commission, Innovation Directorate, 2002. – № 2
2. Vasytsova S.O. Ways of increase of profitability of enterprise are due to replacement of his autopark // S.O. Vasytsova A.V. Vasylenko // Announcer NTU "KPI". - Kharkiv: NTU "KPI", 2017. № 24 (1246)

ПРИЧИНИ ІСНУВАННЯ ТІНІЗАЦІЇ ФОНДУ ОПЛАТИ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

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

Фонд оплати праці є основним та найбільш важливим інструментом управління персоналом, оскільки визначає поточний стан та перспективи розвитку підприємства. Тому першочергову роль відіграє його раціональне використання для підвищення життєвого рівня населення.

Особливо актуальними для України є питання пов'язані з боротьбою проти тіньової заробітної плати. Її існування пов'язане з надмірними податковими навантаженнями на фонд оплати праці та існуванням невідповідних стандартів оплати праці з реальними потребами населення. Визначення та усунення причин виникнення тінізації розрахунків із заробітної плати дозволить розширити базу оподаткування у вітчизняній економіці, збільшити надходження до бюджету та державних цільових фондів і покращити добробут громадян та рівень соціальної напруги в суспільстві.

Рівень тіньової економіки, а зокрема фонду заробітної плати, набув величезних масштабів. Міністерство доходів та зборів України дійшло висновку, що приблизно 45-55% заробітної плати знаходяться в тіні. Такий стан економічних відносин веде до нестабільності всіх процесів та спричиняє негативний вплив на різні сфери.

Дана проблема обумовлюється високим рівнем податкового навантаження, низьким рівнем оплати праці, складною системою оподаткування, нестабільністю податкового законодавства, високим рівнем корупції в країні та відсутністю впевненості громадян у стабільному та забезпеченому майбутньому. Існування цього явища позбавляє можливості регулювання економіки за допомогою інструментів монетарної та податкової політик, що у свою чергу призводить до зниження ефективності державної політики. Також це наражає небезпеку накладання фінансової та кримінальної відповідальності роботодавців та позбавляє працівників наявних соціальних гарантій, зокрема й пенсійних.

Основним принципом реалізації заходів з детінізації заробітної плати має стати створення більш сприятливих умов для ведення легального бізнесу та оплати праці сумлінних платників податків. Подолання тіньової економіки є необхідною умовою на шляху до ефективної євроінтеграції, відтак необхідно проводити комплексну політику детінізації економіки.

Отже, лише завдяки чіткому виокремленню та систематизації чинників, політика та заходи, які пов'язані зі зниженням тіньового сектору економіки будуть ефективними. Необхідно враховувати особливі «ментальні» чинники, які є основою тіньових відносин в Україні, для розробки комплексної стратегії детінізації сучасної української економіки. Пріоритетним завданням держави у подальшому має стати створення сприятливих умов для легальної економічної діяльності, яка буде сприяти детінізації ринку праці.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ВИТРАТ

Александрова В.О., Котляр Д.С.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Одним з істотних аспектів для ефективного управління підприємством в даний час є система обліку і контролю витрат. Витрати – це резерв збільшення прибутку підприємства, саме тому від вибраної системи обліку і калькуляції витрат залежить їх доцільність.

На сучасному етапі актуальною залишається проблема вибору оптимального методу обліку загальновиробничих витрат та бази їх розподілу, оскільки це впливає на величину собівартості та, як наслідок, на величину чистого прибутку. Підприємствам необхідно самостійно визначати перелік змінних та постійних загальновиробничих витрат та зазначити їх в наказі про облікову політику. Ще однією проблемою є визначення бази розподілу, при виборі якої необхідно враховувати специфіку виробничого процесу підприємства.

Також існують певні суперечності в класифікації витрат в залежності від видів діяльності. Згідно Плану рахунків бухгалтерського обліку, є такий субрахунок як 944 «Сумнівні та безнадійні борги». Не зовсім зрозумілим є формування резерву сумнівних боргів, що виникають у результаті основної діяльності по рахунку 94 «Інші витрати операційної діяльності». Створення такого резерву може бути за результатами реалізації фінансових інвестицій, собівартість яких відображають на рахунку 97 «Інші витрати». М. Матюха пропонує включення рахунку «Сумнівні та безнадійні борги» окремим субрахунком до рахунку 95 «Фінансові витрати» не виключаючи його з рахунку 94 «Інші витрати операційної діяльності».

Значним питанням залишається так звана тінізація витрат, тобто неповне відображення витрат в обліку. У 2018 році рівень тіньової економіки склав 32% від об'єму офіційного ВВП (за розрахунками Мінекономрозвитку). До витрат на оплату праці доводиться велика частина, яка залишається поза обліком. Вона покривається за рахунок «тіньових доходів», які утворюються в наслідку неврахованої реалізованої продукції. Визначальними чинниками тінізації витрат є низький рівень контролю, негнучке оподаткування, надвисокі ставки соціальних відрахувань. На наш погляд, вирішення розглянутої проблеми полягає в необхідності удосконалення нормативно правової бази, а також приділення більшої уваги контролю.

Отже, в країні питання повноти і доцільності відображення витрат в системі обліку є дуже важливою проблемою, вирішення якій можливо шляхом внесення змін до нормативно правової бази.

СОЦІАЛЬНА ЗВІТНІСТЬ ЯК МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Артеменко Н.В., Катаєва В.М.

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

Джерелом інформації для відображення в системі бухгалтерського обліку відомостей щодо винагород працівникам є первинні документи та документи-підстави, складені з дотриманням вимог законодавства суб'єктом господарювання та його контрагентами, що запропоновано задекларувати в П(С)БО 26 «Виплати працівникам».

Представлення інформації стосовно стану розрахунків з працівниками у фінансовій звітності відбувається не в повній мірі, а лише з урахуванням деяких аспектів виплати винагород. Виправлення даної ситуації можливе шляхом включення до складу річного пакету фінансової звітності звіту щодо здійснення винагород працівникам з виділенням категорій зайнятого на підприємстві персоналу.

Термін «капітал» слід розглядати не лише в суто економічному значенні як самозростаючу вартість, а з акцентом на особливе значення соціальної складової сучасного суспільства. Одним з різновидів капіталу є соціальний капітал, який має не лише теоретичну, а й практичну цінність. Соціальний капітал є одним з факторів ефективності діяльності підприємств та розвитку економіки.

Результати соціально відповідальної діяльності суб'єктів господарювання повинні знайти своє відображення в звітності підприємства, доступній для всіх груп зацікавлених осіб. Виділення соціальної компоненти в річній фінансовій звітності підприємства є зручним як для внутрішніх, так і для зовнішніх користувачів. Внутрішні користувачі на підставі цієї інформації мають можливість перевірити темпи реалізації стратегії соціального розвитку та відкоригувати її. Зовнішні користувачі, в тому числі широкі верстви, які не мають необхідних спеціальних знань, повинні на підставі річної фінансової звітності скласти враження про діяльність підприємства, а особливо – його соціальну політику.

Необхідною умовою формування сучасного механізму управління і підвищення його ефективності є розвиток концепції соціальної відповідальності бізнесу, складовою якої є розробка та складання соціального звіту. Соціальна звітність повинна складатися на основі облікових даних, бути невід'ємним елементом системи бухгалтерського обліку та виступати завершальним етапом облікового процесу, що зумовлює органічну єдність показників, які в ній відображаються, з первинною документацією та обліковими регістрами. Саме такий зв'язок звітності з первинною документацією надає можливість задовольнити різноманітні потреби користувачів та гарантувати об'єктивність її складання.

**СКЛАДОВІ ОБЛІКУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ
УСТАНОВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРА**
Артеменко Н.В., Погорелов В.А.
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Поняття та склад власного капіталу розкриті в НП(с)БОДС 101 «Подання фінансової звітності». Згідно з цим стандартом під власним капіталом розуміється частина в активах суб'єкта державного сектору, що залишається після вирахування зобов'язань. До власного капіталу належать: внесений капітал; капітал у підприємствах; капітал у дооцінках; фінансовий результат та резерви створені за рахунок накопичених фінансових результатів виконання кошторису.

Згідно з Планом рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі, облік власного капіталу здійснюється із застосуванням 5 класу рахунків «Капітал та фінансовий результат».

Власний капітал відображається у першому розділі пасиву балансу бюджетної установи. Власний капітал бюджетної установи з часом змінюється. Результат зміни власного капіталу може проявлятися через його збільшення, зменшення або зміну структури при незмінності розміру.

Збільшення власного капіталу бюджетної установи може відбуватися в результаті: додаткових внесків засновників до внесеного капіталу; безоплатного отримання активів; дооцінки активів; оприбуткування надлишків активів, виявлених під час інвентаризації; збільшення фінансового результату виконання кошторису звітного періоду.

Зменшення власного капіталу бюджетної установи можливо в наступних випадках: зменшення внесеного капіталу; перевищення суми уцінок над сумою дооцінок активів; безоплатної передачі активів; списання нестач активів виявлених під час інвентаризації; при отриманні в кінці року від'ємного фінансового результату виконання кошторису (перевищення дебетового обороту за субрахунком 5511 «Фінансові результати виконання кошторису звітного періоду» над кредитовим за цим же субрахунком).

До зміни величини власного капіталу призводить також зміна облікової політики, виправлення помилок минулих періодів тощо.

Завершальним етапом обліку власного капіталу є його відображення у звітності бюджетних установ. Зокрема власний капітал знаходить своє відображення у таких формах звітності: Баланс" (форма № 1-дс); Звіт про власний капітал" (форма № 4-дс). У звіті про власний капітал наводиться інформація про причини змін у власному капіталі, у тому числі за рахунок: зміни облікової політики; виправлення помилок та інших змін у порядку, передбаченому відповідними національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку в державному секторі.

ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ УСТАНОВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРА

Артеменко Н.В., Твердохліб В.О.

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

Інвентаризація — це зіставлення облікових даних про майно установи, незалежно від його місцезнаходження, а також про всі види фінансових зобов'язань з фактичною їх наявністю.

Суцільною інвентаризацією охоплюються всі види зобов'язань та всі активи бюджетної установи незалежно від їх місцезнаходження, у тому числі предмети, що передані у прокат, оренду або перебувають на реконструкції, модернізації, консервації, у ремонті, запасі або резерві незалежно від технічного стану.

Згідно з Положенням про інвентаризацію активів та зобов'язань інвентаризація обов'язкова:

- перед складанням річної фінансової звітності;
- у разі передачі майна державного підприємства або бюджетної установи в оренду, приватизації майна державного підприємства, перетворення державного підприємства, передачі державного підприємства (його структурних підрозділів) або бюджетної установи до сфери управління іншого органу управління (на дату передачі), крім передачі в межах одного органу управління, в інших випадках, визначених законодавством;
- у разі зміни матеріально відповідальних осіб;
- у разі встановлення фактів крадіжок або зловживань, псування цінностей (на день встановлення таких фактів) в обсязі, визначеному керівником підприємства;
- за судовим рішенням або на підставі належним чином оформленого документа органу, який відповідно до закону має право вимагати проведення такої інвентаризації;
- у разі техногенних аварій, пожежі чи стихійного лиха (на день після закінчення явищ) в обсязі, визначеному керівником підприємства;
- у разі припинення діяльності підприємства;
- у разі переходу на складання фінансової звітності за міжнародними стандартами бухгалтерського обліку (на дату такого переходу);
- в інших випадках, передбачених законодавством.

У результаті інвентаризації можуть виникнути розбіжності між фактичною наявністю активів та зобов'язань з даними бухгалтерського обліку.

Результати інвентаризації на підставі затвердженого протоколу інвентаризаційної комісії відображаються у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності того звітного періоду, у якому закінчена інвентаризація.

ІНТЕРАКТИВНА РЕКЛАМА ЯК АЛЬТЕРНАТИВНА ФОРМА ДІАЛОГУ МІЖ СПОЖИВАЧЕМ ТА БРЕНДОМ

Атаманюкова О. В.

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

На сьогоднішній день класичні види реклами, будь то онлайн або оффлайн діяльність, значно втрачають свої позиції в ефективності залучення споживача. Ця проблема полягає в декількох аспектах. По-перше, будь-яка реклама, якоюсь б вона не була, має характер одностороннього діалогу за допомогою впливу: бренд закликає до дії → споживач вирішує звертати на цей заклик увагу чи ні. По-друге, це висококонкурентний ринок реклами, який призводить споживача до комунікаційного насичення рекламою і втрати зацікавленості в самому діалозі з брендом. Отримуючи десятки рекламних повідомлень в день споживачі навчилися фільтрувати потік інформації, в якому реклама займає останнє місце.

Щоб повернути інтерес споживача до реклами, незвичайної гарної і яскравої картинки вже недостатньо. Необхідно дозволити споживачеві знаходитися на зв'язку з компанією не тільки в ролі спостерігача, під час покупки або перегляду реклами, а й самому взаємодіяти з рекламою, зробивши її інтерактивною. Інтерактивна реклама викликає підсвідоме допитливість, при якій людина займає активну позицію і вже не сприймає рекламу як нав'язування чого-небудь. Така реклама не тисне на споживача, а вибудовує дружні взаємини. Суть інтерактивної реклами полягає в побудові двостороннього діалогу за допомогою взаємодії з споживачем за рахунок його включення в процес, а не прямого впливу на нього. Це допомагає споживачеві оцінити вже знайомий йому продукт під іншим кутом.

Розвинені сучасні технології і соціальні мережі дозволяють брендам використовувати різні інструменти для гейміфікації, однак не всі компанії ризикнуть проміняти традиційні види реклами на інтерактивну. Найчастіше причина полягає в неготовності експериментувати або в банальному нерозумінні того, як ця реклама може працювати. Незважаючи на певні недоліки у вигляді тривалості розробки та попереднього аналізу аудиторії, інтерактивна реклама все ж залишається відмінним поєднанням реклами і сучасних технологій, яку не можна ігнорувати.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛЬНОСТІ РИНКІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Ачкасова С.А.

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

Створення в Україні успішно функціонуючих ринків фінансових послуг (страхового ринку, ринку кредитної кооперації, ринку накопичувального пенсійного забезпечення, ринку послуг ломбардів та фінансових компаній) є необхідною умовою захисту прав та інтересів споживачів фінансових послуг, належного виконання фінансовими установами своїх функцій та підвищення ефективності їхнього функціонування. За таких умов безумовно вагомим завданням є подальше дослідження необхідного обсягу власного капіталу фінансових установ у забезпеченні надійності, стабільності та ефективності функціонування вітчизняних ринків фінансових послуг. Для розуміння сучасних процесів функціонування капіталу в Україні постає завдання щодо аналізу стану ринків фінансових послуг. Варто також розглянути основні показники розвитку ринків фінансових послуг. Для фінансових установ особливо актуальним залишається питання пошуку джерел нарощування розмірів власного капіталу, тому їх керівництву необхідно зосередити увагу на підтриманні стабільності, надійності та на забезпеченості достатнім обсягом власного капіталу.

Визначення нових індикаторів для оцінки стану ринків фінансових послуг є актуальним питанням для реалізації інструментів діагностичного моніторингу за системними ризиками та пруденційного нагляду у сфері ринків фінансових послуг. Для ринків фінансових установ позитивною практикою буде збільшення частки статутного капіталу в структурі власного капіталу, що є позитивним фактором розвитку фінансових установ. Одним з цих індикаторів є капіталізація ринків фінансових послуг, що формується за агрегованими значеннями капіталізації фінансових установ. Саме тому питання капіталізації ринків фінансових послуг України підіймаються у таких стратегічних документах, як Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року [1], Концепція забезпечення національної безпеки у фінансовій сфері [2], Стратегія реформування державного регулювання ринків небанківських фінансових послуг на 2015-2020 роки [3] та ін.

Література:

1. Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року : Постанова Правління НБУ від 18.06.2015 р. № 391 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/v0391500-15>.

2. Концепція забезпечення національної безпеки у фінансовій сфері : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.09.2012 р. № 569-р [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/569-2012-%D1%80>.

3. Стратегія реформування державного регулювання ринків небанківських фінансових послуг на 2015-2020 роки: Розпорядження Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг від 19.03.2015 № 499 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nfp.gov.ua/files/sector/Стратегія%202015-2020.pdf>.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЦІНОУТВОРЕННЯ В УКРАЇНІ

Байдіна Т. А., Майстро Р. Г.

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

В умовах ринку прийняття цінових рішень на підприємстві ускладнюється, що може бути пов'язано з існуванням ряду проблем:

- нестабільність законодавчої бази;
- відсутність стратегічного підходу в ціноутворенні;
- недосконалість інформаційного забезпечення процесу ціноутворення;
- низький рівень оцінки факторів ціноутворення;

Важливою проблемою для підприємств у галузі ціноутворення є встановлення обґрунтованих ставок податку на додану вартість, акцизного збору та мита, які є видами непрямих податків. Ці податки спричиняють різке зростання ціни на продукцію і тим самим знижують її конкурентоспроможність. Підприємства опиняються у вкрай не вигідному становищі.

Ринкове ціноутворення в сучасних умовах існує в поєднанні з державним регулюванням цін. Забезпечення ефективної політики ціноутворення державою здійснюється за допомогою регулювання цін, системи оподаткування, вилучаючи частину доходів у виробників та споживачів, підтримки виробників і споживачів, через системи дотації за допомогою прямих та непрямих методів.

Вирішення проблем ціноутворення на державному рівні можливе за допомогою таких дій. Реформування податкової системи в Україні сприяло б підвищенню ефективності ціноутворення. З метою підвищення ефективності національного ціноутворення в Україні, забезпечення інтересів виробників і споживачів доцільно розробити й законодавчо прийняти національну цінову стратегію.

У країнах з ринковою економікою ціни є об'єктом постійної уваги і регулювання зі сторони держави. Впливаючи на ціни, вона домагається здійснення певної кон'юнктури і структурної політики, приборкання та стримання інфляції, посилення конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Державний вплив на ціни та тарифи в економічно розвинутих країнах здійснюється переважно неадміністративними ринковими методами. Це – квотування, ліцензування, внутрішньо- та зовнішньоторгівельні обмеження. Україні потрібно запозичувати досвід розвинутих країн Західної Європи, які постійно проводять політику підтримки цін і доходів товаровиробників. Цим самим вони гарантують продовольчу безпеку і вирішують питання соціального захисту населення.

Література:

1. <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/6122>.
2. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2027>
3. Майстро Р.Г. Результативність та напрями удосконалення державної податкової політики в умовах економічних трансформацій / С.В. Майстро, Р.Г. Майстро, Д.С. Майстро // Теорія та практика державного управління: зб. наук. праць. – Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ "Магістр", 2018. – Вип. 4 (63). – С. 112 – 119.

СЦЕНАРНО-СИТУАЦІЙНЕ МОДЕЛЮВАННЯ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ СЕРВІСНОЇ ІТ-КОМПАНІЇ

*Баликов О.Г.,
м. Харків*

Сучасні вчені підкреслюють факт значного зсуву у економічній парадигмі, так званій «сервісній революції». С. Варго та Р. Лучш висувають тезу про домінування сервісу, як основного елементу обміну. Дане явище характеризується розмитими границями між товарами, послугами та неефективністю розподілу товарів і послуг за традиційними критеріями. Таким чином, фізичний товар розглядається у якості носія сервісу, який власне і має користь для споживача. Остання теза активно підтверджується на прикладі інформаційних технологій (ІТ), які виступають носієм сервісу. Сервісна економіка підкреслює той факт, що критично важливим є розуміння потреб споживача та надання послуг найбільш ефективним чином: розвиток взаємовідносин із споживачем, підвищення рівня його задоволеності, зміни ціни із проміжком часу, створення лояльності та, як результат, збільшення власних прибутків.

У зв'язку з вищезазначеним, виникає необхідність розробки комплексу моделей управління бізнес-процесами сервісної ІТ-компанії, що забезпечить безперервність процесу управління, паралельність виконання різних завдань, об'єднання в один інтегрований комплекс всієї сукупності процесів оцінки та аналізу БП, оптимізації та управління ними, прогнозування ефективності управління БП. Опираючись на результати аналізу наукових джерел, детальний аналіз методології моделювання бізнес-процесів, варто запропонувати застосування наступних методологій: створення моделей структурного типу; моделювання потоків робіт; моделювання потоків даних; симуляції бізнес-процесів. Запровадження сценарно-ситуаційного підходу шляхом розробки імітаційних моделей управління БП сервісної ІТ-компанії дозволить:

- представити БП як динамічну комп'ютерну модель, на основі якої здійснюється прогнозування наслідків прийнятих рішень перед їх впровадженням;
- здійснити імітацію процесу, а також його ієрархічну декомпозицію, з відображенням взаємодії процесів між собою.

Отже пропонований інструментарій імітаційно-оптимізаційного моделювання щодо управління БП сервісної ІТ-компанії дозволять отримати прогнозну оцінку управлінських впливів на БП-репрезентанти за визначеними стратегіями управління, задля вибору найбільш ефективних управлінських рішень відносно конкретних активностей. Отримані результати є підґрунтям побудови комплексу оптимальних заходів управління бізнес-процесами сервісної ІТ-компанії відповідно до стратегії управління та типу конкретної активності БП, що дозволяє обрати відповідний з множини фінансово-мотиваційних, організаційно-мотиваційних або організаційно-мотиваційно-фінансових заходів.

Література:

1. Клебанова Т. С., Баликов О. Г. Загальна система оптимізації стратегічних бізнес-процесів сервісної ІТ-компанії // Проблеми економіки. – 2018. – №4. – С. 351–359. <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2018-4-351-359>

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Барбанова І.С., Захарова О.В.

Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси

Інноваційна діяльність, як і будь-який інший вид діяльності, має керуватися нормами чинного законодавства України.

У цілому в Україні створена основна законодавча база для здійснення і розвитку інноваційної діяльності (близько 70 документів), але все ж за кількістю і якістю нормативних законодавчих актів вона поступається подібним системам у розвинутих країнах світу. Формування в Україні інноваційної моделі економічного зростання потребує сприяння держави у створенні та ефективному функціонуванні інноваційної інфраструктури, особливо на міжгалузевому та регіональному рівнях. Створення інфраструктури інноваційної діяльності, комерціалізація результатів НДДКР, збереження розвинутої мережі малого інноваційного підприємництва є одним із небагатьох шляхів відновлення економіки, розвитку науки і освіти [1, с. 71].

З поміж багатьох законодавчих актів, які регулюють інноваційну діяльність в Україні виділимо основні:

1. Конституція України.
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р..
3. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р.
4. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.1999 р.
5. Закон України «Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні» від 05.12.2012 р.
6. Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність» від 07.03.2018 р.
7. Закон України «Про наукову і науково-технічну експертизу» від 05.12.2012 р.
8. Закон України «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних паків» від 16.07.1999 р.
9. Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» від 14.09.2006 р.

Також, дієвим важелем регулювання інноваційної діяльності в країні можна вважати державні цільові програми з інноваційного розвитку, такі як «Стратегія інноваційного розвитку України 2010-2020 рр. в умовах глобалізаційних викликів», «Стратегія інноваційного розвитку України на період до 2030 р.» тощо.

Література:

1. Яковенко Р.В. Інноваційна діяльність в Україні: проблеми та перспективи / Р.В. Яковенко, А.М. Чернега. – К.: КНТУ, 2012. – 255 с.

ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ У СОЦІО-ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРИ РЕГІОНУ

Белякова О.В.

*Азовский морський інститут Національного університета
«Одеська морська академія», м. Маріуполь*

В умовах трансформації вітчизняної економіки і розвитку ринкових відносин першочерговим стає питання розробки та реалізації механізму сталого розвитку регіонів. Стабілізація функціонування сучасних регіонів в значній мірі досягається за рахунок формування на підприємствах, галузях, регіонах інноваційного потенціалу і ефективної системи управління його розвитком.

Концепція системного підходу лежить в основі системного мислення і характеризується наступними рисами: кожна система не має певних аналогів поведінки; незнання функцій підсистем не дозволяє визначати функції об'єкту; система в змозі управляти своєю ентропією, переслідуючи досягнення певної мети; система опиняється кінцевою безліччю моделей; системи, які знаходяться в різних середовищах, можуть проявляти різні системні властивості; функціональна тенденція, спрямована на досягнення окремого деякого стану; системи володіють здібністю до вибору поведінки.

Розвиток будь-якої системи можна вважати сталим, якщо він зберігає будь-який її сутнісний інваріант, тобто не міняє, не піддає загрози її принципову властивість, ставлення, обмеження, підсистему, елемент, те що іманентно головному, критичному аспекту існування системи, тобто її виживанню.

Початковим станом процесу розробки методологічного базису управління потенціалом СЕС і інноваційним потенціалом є створення теоретичних основ для удосконалення визначення даної економічної категорії, яка повинна враховувати сукупні можливості СЕС.

Аналізуючи різноманітність підходів до визначення інноваційного потенціалу можна стверджувати, що всі вони можуть бути розділені на три головні групи: ресурсний підхід, структурний підхід, процесний підхід, які обумовлюють відповідно три рівня визначення сутності інноваційного потенціалу: характеристика потенціалу як сукупності наявних або необхідних ресурсів; розгляд його внутрішньої структури; виявлення системної взаємодії складових інноваційного потенціалу в процесі досягнення соціально-економічною системою поставлених цілей.

Різне підвищення рівня складності функціонуючих соціально-економічних систем істотно відображається на вимогах до якості і ефективності їх менеджменту, що об'єктивно вимагає концептуального переосмислення основних напрямів і задач діагностики в управлінні; структури діагностики в управлінському процесі; областей, сфер і напрямів діагностики в часі і просторі; чинників оптимізації діагностичного процесу.

МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ПОДАТКОВА СКЛАДОВА

Береза І.В., Соколенко В.А.

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

На сучасному етапі розвитку світової економіки, кожна країна не може розвиватися незалежно від інших країн, користуючись виключно своїми ресурсами. Кожна держава має вживати заходи з метою участі в міжнародних економічних відносинах, для подальшого розвитку національної економіки, саме це і сприятиме розвитку міжнародного бізнесу.

Головною метою міжнародного бізнесу, як прогресивного напрямку підприємницької діяльності - є отримання прибутку, створення умов для вирішення стратегічних економічних завдань.[1]

Нова парадигма менеджменту дозволяє керувати бізнесом за багатьох тисяч кілометрів,[2] що відкриває перед економікою України доволі привабливі перспективи надходження іноземних інвестицій. Тому що міжнародні ринки для України є важливими для зростання економіки та для створення умов для інтеграції у світову економічну систему.

Проте процес іноземного інвестування в Україну гальмується численними чинниками. Основні серед них: нестабільне й надмірне регулювання; нечітка правова система; мінливість економічного середовища; корупція; великий податковий тягар; проблеми щодо встановлення чітких прав власності; низький рівень доходів громадян; труднощі у спілкуванні з урядовими та приватизаційними органами; мінливість політичного середовища; відсутність матеріальної інфраструктури; проблеми виходу на ринки.[3]

В цьому ракурсі необхідно звернути увагу на деякі податкові аспекти до яких в першу чергу належать: правила трансфертного ціноутворення, правило «тонкої капіталізації», правила звітності міжнародних груп компаній в розрізі країн.[4,5] Але попри наявні проблеми і негативні тенденції еволюції міжнародного бізнесу, Україна має перспективні проекти які зацікавлюють іноземних інвесторів.

Перспективи розвитку міжнародного бізнесу в Україні, визначатимуться, тотальним рівнем економічного росту країни, фактичними результатами реалізованих реформ, дійсним оновленням структури суспільного виробництва і розширенням експортного потенціалу та подальшим удосконаленням податкової системи.

Література:

1 Вергун В.А. Міжнародний бізнес: підручник / В.А. Вергун. – К.: ВПЦ Київський університет, 2009. – 690 с. 2 Баранов Р.А. Основні тенденції міжнародного бізнесу / Р.А. Баранов // Вісник НУЛП – 2006. – № 567 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 198–203. 3 Богданов Р.В. Проблеми та перспективи розвитку міжнародного бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / Р.В. Богданов Режим доступу http://www.economy-confer.com.ua/full_article/802/ .4 Податковий кодекс України: за станом на 15 берез. 2019 р. / Верховна Рада України. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2755-17>. 5 Бец Н.О. Податкові аспекти міжнародної реструктуризації бізнесу [Електронний ресурс] / Н.О. Бец // Юридична газета online - 2018 Режим доступу: <http://attorneys.ua/uk/publications/tax->

СКЛАДОВІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Бець М.Т., Гошко Д.М.
*Національний університет
«Львівська політехніка», м. Львів*

Чим глибше затягується сектор торгівлі в епіцентр кризисних явищ вітчизняної економіки, тим гостріше постає питання пошуку нових напрямків і форм його розвитку, зокрема вирішення цього завдання пов'язане із визначенням можливостей адаптації системи збалансованих показників у систему інформаційного забезпечення підприємств торгівлі в контексті використання їх ділової репутації (retail).

Інформаційне забезпечення моделі збалансованого розвитку торговельного підприємства на основі системи збалансованих показників слід розглядати з економічної, організаційної, технологічної та технічної точок зору, як систему ресурсного забезпечення, як специфічний вид професійної діяльності, як складову системи процесу управління за такими типовими структурними елементами: персонал, фахівці зі збору, обробки, аналізу інформації; внутрішня інформація; методи і процедури збору інформації, її обробки, аналізу та підготовки до прийняття рішень.

Ключові елементи та підсистеми формують структуру інформаційної системи збалансованого розвитку (ІСЗР) підприємств торгівлі у трьох площинах: особливості галузі, макроекономічні та мікроекономічні зміни за такими принципами: кількість показників менша або рівна 30-ти, представляти матеріальну та нематеріальну сторону торговельного бізнесу, орієнтуватися на цілі та результати поточного та стратегічного характеру, дозволити будувати стратегічну карту та адаптувати стратегію до операційного рівня торговельної діяльності.

ІСЗР підприємств торгівлі містить такі блоки як «фінанси», «клієнти», «бізнес-процеси», «репутаційна відповідальність», які деталізуються за стадіями життєвого циклу торгівлі: «становлення», «ріст», «зрілість» та «криза», і доповнюють підсистеми визначення інформаційних потреб, зберігання інформації, її обробки та надання для прийняття управлінських рішень.

Дана модель ІСЗР підприємств торгівлі не випадково включає в себе блок «репутаційної відповідальності», оскільки практикою бізнесу доведено, що зростання індексу репутації на 1% призводить до збільшення ринкової вартості компанії на 3%.

Регулювання збалансованого розвитку торговельного підприємства можливо забезпечити на основі узгодження інтересів власника та підприємницької організації, інтересів держави, працівників. Концепцію збалансованих показників в умовах кризової вітчизняної економіки слід розглядати і як аналітичний інструмент стратегічного менеджменту і як інформаційну складову комплексного аналізу торговельної діяльності.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Білоцерківський О.Б.

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

У роботі проведено порівняння інтелектуально-інформаційних систем (ІС) [1] для управління торговельними підприємствами. Метою використання ІС у торгівлі є підвищення ефективності управління торговельним підприємством і процесів, які в ньому відбуваються і – як наслідок – збільшення обсягу продажів і зростання прибутку. Такий ефект може бути досягнуто з одного боку за рахунок оперативного обліку та безперервного контролю за рухом товарно-матеріальних цінностей, а з іншого – за рахунок впровадження CRM-технологій, що дозволяють залучити покупця і суттєво підвищити конкурентоспроможність підприємства [2]. Використовуючи результати порівняння CRM-систем у роботі [3], проведено їх рейтингове оцінювання [4]. Визначено, що найвищий рейтинг мають такі CRM-системи: bpm online sales, 1С і Bitrix 24, що узгоджується з [5].

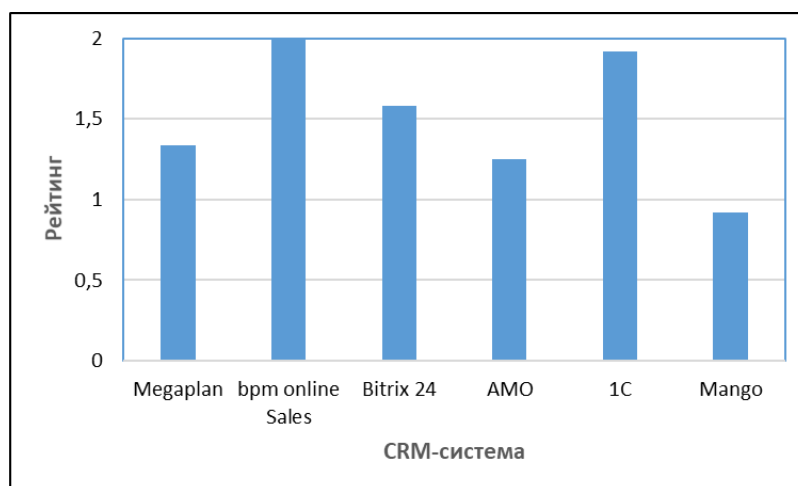


Рисунок – Рейтингове оцінювання CRM-систем

Література:

1. Білоцерківський О.Б. Інформаційні системи в менеджменті: навч.-метод. посіб. / О. Б. Білоцерківський. – Харків : НТУ «ХПІ», 2008. – 84 с.
2. Білоцерківський О.Б. Використання інтелектуальних інформаційних систем для управління торговельними підприємствами / О. Б. Білоцерківський // Сучасний рух науки: тези доп. II міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., (Дніпро, 28-29 черв. 2018). – Дніпро, 2018. – С. 29-34.
3. Москалюк Т.Т. Порівняння CRM-систем / Т.Т. Москалюк, Т.Р. Цимбалак, А.Ю. Берко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2018. – Т. 28, № 1. – С. 136-139.
4. Білоцерківський О.Б. Статистика: текст лекцій / Білоцерківський О.Б., Замула О. О., Ширяєва Н. В. – Харків : НТУ «ХПІ», 2009. – 96 с.
5. Топ 10 лучших CRM систем для Украины [Електронний ресурс] // LiveBusiness. — Режим доступу: <http://www.livebusiness.com.ua/tools/crm/>.

ПОСЛІДОВНА ОН-ЛАЙН МОДЕРНІЗАЦІЯ МЕТОДУ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ J- СЕРЕДНІХ

Бодянський Є.В., Патлань К.В

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

На цей час методи інтелектуального аналізу даних та машинного навчання знаходять широке застосування у різноманітних галузях людської діяльності: техніці, економіці, маркетингових дослідженнях, медицині, біології, фармації, тощо. Завдання кластеризації тут займає особливе місце, оскільки вирішується на основі парадигми навчання без вчителя — самонавчання, тобто в умовах суттєвого дефіциту апріорної інформації відсутності апріорі розміченої навчальної вибірки.

Не дивлячись на існування великої кількості відомих методів та алгоритмів, найбільшого поширення набули алгоритми кластеризації засновані на використанні прототипів — центроїдів. Тут найпопулярнішим є метод К-середніх (K-means, HCM) та метод нечітких С-середніх (fuzzy C-means, FCM) у випадку перетинних класів-кластерів. Популярність цих підходів пояснюється, перш за все, простотою чисельної реалізації та некритичністю до рівня апріорної інформації. До недоліків слід віднести необхідності завдання кількості кластерів що формується. Ця проблема долається використанням методу Х-середніх (X-means). Більш серйозною проблемою є можливість «застигання» алгоритму в локальних мінімумах цільової функції, чого можна запобігти за допомогою методу J-середніх (J-means).

Сутність цього методу полягає в тому, що при попаданні у локальний екстремум, алгоритм реалізує інтенсивні випадкові стрибки (Jumps), що виводять процедуру з околу локального екстремум.

Всі ці методи призначені для роботи у пакетному режимі, тобто апріорі задана вибірка багаторазово опрацьовується у формі фіксованого масиву даних. Якщо ж дані надходять у послідовному он-лайн режимі, ці підходи є непрацездатними. В умовах, коли все більшого поширення набувають задачі, пов'язані з Big Data, викликає необхідність розробки нових підходів, пристосованих для нових умов.

Як відомо самоорганізовані мапи Т.Кохонена, що навчаються у послідовному режимі, можуть реалізувати HCM- кластеризацію на основі правила самонавчання «Переможець отримує все»(WTA) та FCM-кластеризацію на основі правила «Переможець отримує більше» (WTM), якщо функція сусідства обирається у вигляді кошіану.

Нескладно додати у процедуру налаштування системних ваг нейронної мережі Т.Кохонена, що є за штучно градієнтними алгоритмами оптимізації, випадкових збурень, що надає алгоритму самонавчання в цілому властивостей глобального випадкового пошуку. Таким чином реалізується он-лайн модифікація J-середніх, основною перевагою якої є простота чисельної реалізації та висока швидкість обробки даних, що надходять у послідовному режимі.

НАУКОВА ТА ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ

Бойко Г.С.

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава

Ефективність освітнього процесу залежить від стану наукової та інноваційної діяльності закладу вищої освіти (проведення досліджень, підготовка науково-педагогічних кадрів, винахідницька і патентно-ліцензійна робота, видавнича діяльність). Рівень розвитку наукової та інноваційної діяльності закладу вищої освіти (ЗВО) багато в чому залежить не тільки від наявної структури науково-педагогічних кадрів, науково-інформаційної і матеріально-технічної забезпеченості, а також від оптимальної організації системи науково-інноваційної діяльності ЗВО в цілому. Оскільки, процеси оновлення у сфері науки відбуваються особливо інтенсивно.

Наукова діяльність – це інтелектуальна творча діяльність, спрямована на одержання нових знань та (або) пошук шляхів їх застосування, основними видами якої є фундаментальні та прикладні наукові дослідження [1]. Науковій діяльності притаманна низка особливостей відмінних від інших видів діяльності. Наукові знання становлять певну систему, яка підпорядкована поняттям, які знаходяться у взаємозалежності. Безпосередня мета науки – опис, пояснення та передбачення процесів та явищ дійсності на основі відкритих нею законів.

Оцінювання ефективності наукової та інноваційної діяльності ЗВО здійснюється за такими напрямками: забезпеченість науковими і науково-педагогічними кадрами (кількісний склад, рівень кваліфікації); стан матеріально-технічної бази; якість наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності на основі експертної оцінки з урахуванням: рівня публікаційної активності з використанням наукометричних показників, які використовуються у міжнародній системі експертизи (індекс цитування, індекс Хірша та імпакт-фактор); фінансових показників; показників, які засвідчують рівень готовності наукової продукції [2].

Система вищої освіти в умовах переходу до економіки знань характеризується симбіозом науково-дослідних організацій та навчальних закладів, які синтезують практичну діяльність і процес навчання.

Література:

1. Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2016, № 3, ст.25) / Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/848-19>
2. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку проведення державної атестації наукових установ» від 19 липня 2017 р. № 540 / Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/540-2017-%D0%BF>

ВИЗНАЧЕННЯ НЕОБХІДНОСТІ СТИМУЛЮВАННЯ НОВОВВЕДЕНЬ

Бойко К.Ю.

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

Швидкозмінювана ринкова економіка не дає компаніям можливості працювати ефективно великий проміжок часу. Перед ними, в першу чергу, постає необхідність невідкладної модернізації своїх виробництв. Це потрібно для того, щоб залишатися конкурентоспроможними, мати товар відповідної якості за не завищеними цінами. Для будь-якої фірми бути лідером на ринку означає не тільки мати значну долю цього ринку, та користуватися попитом у покупців. А першочергово це мати змогу у будь-який час перелаштуватися на нові, часом неочікувані, смаки та вимоги споживачів. Це стає можливим лише коли підприємство має у своєму арсеналі декілька, або хоча б одну інноваційну ідею по удосконаленню виробництва, зниженню собівартості, модернізації технології чи підвищенню якості товару.

У розвитку економіки та соціальних стандартів життя людей передові позиції займають ті країни, які володіють інноваціями. Тобто можна сказати, що стимулювання нововведень на підприємствах важливо не тільки для самих підприємств, а й для держави в цілому. На державному рівні ефективність впровадження інновацій на виробничих компаніях буде проявлятися у підвищенні надходжень до бюджету країни за рахунок збільшення прибутку від інноваційної продукції, надходження валюти після вдалого експорту конкурентоспроможних товарів. Також, якщо розглядати новації не з точки зору виробництва, а з точки зору технології використання відновлювальних джерел енергії замість невідновлювальних, постане питання меншого забруднення навколишнього середовища та покращення екології, що в даний час особливо важливо і гідно оцінюється як всередині держави, так і на міжнародній арені.

Тобто з вище сказаного можна зробити висновок, що стимулювання сучасних нововведень необхідно проводити на всіх рівнях. Керівникам підприємств для закріплення своїх позицій на внутрішньому ринку та виходу на міжнародні слід заохочувати власний персонал на розробку, впровадження та використання інноваційних технологій та продуктів, створювати на фірмі відділи по розробці інновацій, співпрацювати з державними дослідницькими інститутами і т.д. А державі в свою чергу необхідно різними можливими засобами, такими як, наприклад, дотації на розробки, зниження податків на певні сфери діяльності, створення сприятливого інноваційного клімату, забезпечити стимулювання нововведень на кожному підприємстві для зростання економіки в цілому.

ЛОГІСТИЧНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ У МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕННЯХ

Бойко М.А.

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

В умовах інтеграційного розвитку світового господарства, трансформація логістичних систем країн відповідно до міжнародних тенденцій розвитку набула швидких темпів і якісних результатів. Це проявляється, безпосередньо, у розвитку співпраці по міжнародним транспортним коридорам, запровадженні системи національних логістичних центрів, що дозволяють користуватися одночасно перевагами всього логістичного комплексу, використанні мультимодальних перевезень, як можливостей успішного транспортування, незалежно від дистанцій, типу вантажу, чи інших факторів.

Незважаючи на достатню розвиненість комплексних логістичних послуг та різноманітності логістичних центрів, і відповідно, розробок спеціалістів щодо моделей розвитку центрів логістики та можливостей їх запровадження в різних країнах, на сучасному етапі, проблематичним є розроблення сценаріїв участі окремих підприємств у логістичних центрах та механізму реалізації мультимодальних перевезень. Цей процес, особливо в Україні, ускладнюється й тим, що самі логістичні центри часто знаходяться на стадії розробки, а недостатня оснащеність та відсутність механізму співпраці різних видів транспорту гальмує розвиток системи мультимодальних перевезень. Таким чином, актуальним у даний час є розроблення механізму участі підприємства у логістичному центрі та використання ним системи мультимодальних перевезень, враховуючи при цьому можливі організаційні та інфраструктурні трансформації.

На сучасному етапі сформувався безліч підходів до визначення сутності складових системи транспортно-логістичного обслуговування, що в комплексі характеризують її в декількох аспектах. По-перше, з функціональної точки зору транспортно-логістичне обслуговування є системою організації вантажних перевезень, при якій забезпечується доставка вантажу з необхідним транспортним, інформаційним, технологічним, фінансовим, митним та різного роду логістичним супроводженням. По-друге, з точки зору інституційного складу, є системою взаємодії транспортно-логістичних посередників, що різняться функціональною специфікою послуг та величиною їх комплексу. По-третє, специфіка обслуговування міжнародних вантажних перевезень визначається особливостями митного оформлення та способу транспортування, відповідно до виду транспорту. Слід зазначити, що методичні підходи до оцінки якості транспортно-логістичного обслуговування направлені на: 1) визначення специфіки виконання таких параметрів перевезення як час, місце, вантаж, кількість та витрати; 2) визначення темпів та об'ємів виконання послуг; 3) визначення ступеня задоволення потреб клієнтів.

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ НЕЧІТКОЇ ЛОГІКИ ДЛЯ ОЦІНКИ ПОКАЗНИКА ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Бредіхін В.М.

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

В роботі розглянуті питання прогнозування параметрів економічних систем методами математичного аналізу та експертних оцінок для аналітики показників діяльності підприємства.

На теперішній час поширюються методи моделювання на основі експертних оцінок, а саме методи нечіткої логіки (fuzzy logic).

Для розробити критеріїв оцінки якості обслуговування на підприємстві пропонується використовувати метод нечіткої класифікації, який дозволить віднести об'єкт який досліджується, заданий вектором експертних оцінок якості обслуговування, до одного з запропонованих класів.

Для визначення меж показників за якісними рівнями «недостатній», «достатній» було здійснено опитування 15 експертів і побудовано функцію належності представлену на рис. 1.

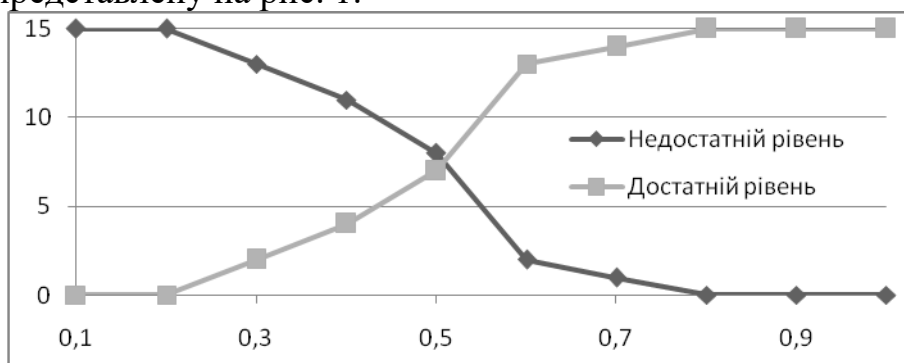


Рисунок 1 - Функції приналежності якості обслуговування

Система одночасних лінійних рівнянь для функції приналежності якості сервісного обслуговування:

$$Y = -60 * X + 38$$

$$Y = 60 * X - 23$$

Координата точки перетину цих двох функцій (0,51; 7,6).

Шкала кількісно-якісних характеристик показника якості обслуговування представлено в табл. 1

Таблиця 1 - Шкала кількісно-якісних характеристик показника якості обслуговування

Якісна оцінка характеристики	Кількісне значення інтервалу оцінки характеристики
Недостатній рівень умови зовнішнього середовища	от 0 до 0,51
Достатній рівень умови зовнішнього середовища	от 0,51 до 1

Таким чином, оцінюючи якість обслуговування конкретного підприємства досить визначити діапазон, в який він входить, щоб можна було почути або недостатній це рівень.

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ПРИ ПЕРЕХОДІ НА МСФЗ ЯК ПІДГРУНТЯ ФІНАНСОВОГО ОБЛІКУ ПІДПРИЄМСТВА

Брік С.В.

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

Облікова політика – це фундамент, на якому базується фінансовий облік підприємства. В ній фіксуються тільки ті принципи і методи обліку та оцінки, які передбачають кілька варіантів обліку на вибір підприємства, або щодо яких є невизначеність. А ось моноваріантні вимоги і норми дублювати в обліковій політиці не потрібно. Законодавством передбачається послідовне – на постійній основі застосування облікової політики підприємством [1]. Вона розробляється не на якийсь певний термін, а на тривалий період його діяльності. А значить, перевидавати наказ про облікову політику щороку не потрібно. Проте в облікову політику можуть вноситися певні зміни та доповнення, а іноді це потрібно зробити і обов'язково. Допускається зміна облікової політики тільки в випадках, передбачених національними та міжнародними стандартами бухгалтерського обліку. При цьому зміни в обліковій політиці повинні бути обґрунтовані і розкриті в фінансовій звітності.

До першої фінансової звітності за МСФЗ і до порівняльної інформації для неї слід застосовувати одну і ту ж облікову політику, яка повинна відповідати вимогам МСФЗ на дату закінчення першого звітного періоду [2].

Тобто, якщо підприємство перейшло на МСФЗ з 01.01.2018 р, то першою фінансовою звітністю по МСФО буде звітність за 2019 рік. При цьому таку звітність, а також порівняльну інформацію до неї за 2018 рік (трансформовану під МСФЗ) потрібно складати, керуючись МСФЗ, що діють на 31.12.2019 р. І, відповідно, підприємство повинно визначити свою облікову політику на підставі стандартів, що діють на 31.12.2019 р. На дату складання першої фінансової звітності за МСФЗ облікова політика повинна бути сформована, і підприємство буде нею користуватися в подальшому при веденні обліку і складанні наступної фінансової звітності за МСФЗ

Підприємства, які вже здали свою першу звітність за МСФЗ повинні вести бухоблік відповідно до облікової політики, складеної за міжнародними стандартами, а не просто трансформувати її під МСФЗ.

А ось у тих, які тільки перейшли / переходять на МСФЗ обов'язок вести бухоблік відповідно до облікової політики, складеної за міжнародними стандартами, з'явиться після подачі першої звітності за МСФЗ.

Також потрібно відмітити, що підприємство змінює облікову політику, тільки якщо був прийнятий новий стандарт або внесені зміни в існуючий, або зміни призводять до того, що фінансова звітність надає більш достовірну і своєчасну інформацію – так звані добровільні зміни облікової політики [3].

Література:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», від 13.07.99 №996-XIV.
2. МСФЗ 1 «Надання фінансової звітності».
3. МСФЗ 8 «Облікова політика, зміни в облікових оцінках та помилки».

ЕКОСИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА РІВНІ РЕГІОНУ

Буняк Н.М.

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

Протягом останніх років у розвинутих країнах світу значного поширення набув екосистемний підхід до вирішення проблем, пов'язаних із створенням сприятливих умов для активізації інноваційної діяльності на макро- та мезорівнях управління. В його основі лежить уявлення про інновацію як результат співпраці та партнерства значної кількості юридично незалежних учасників (науково-дослідних установ, університетів, підприємств, венчурних фондів і т.д.), між якими переважають горизонтальні (неієрархічні) зв'язки, існують формальні та неформальні домовленості.

Об'єднання зусиль, ресурсів, можливостей та компетенцій усіх учасників інноваційного процесу, постійна зміна конфігурації взаємозв'язків між ними забезпечує безперервне створення нового знання та його перетворення на інновацію, що безпосередньо призводить до прискорення темпів інноваційного розвитку. Водночас слід зазначити, що найбільш важливе значення для активізації інноваційних процесів на рівні регіону має колаборація трьох інституційних секторів – науки, бізнесу, держави на принципах моделі «потрійної спіралі». Оскільки саме область їх функціонального перетину забезпечує перетворення ресурсів на нові унікальні продукти, ідеї, технології та їх поширення, а отже формує дієвий механізм саморозвитку складних нелінійних систем макро- та мезорівня.

Завдяки безперервній взаємодії науки, бізнесу та держави створюються нові знання, які розподіляються через єдину комунікаційну мережу між всіма учасниками, що надає системі певної цілісності та динамічної стійкості. Чим краще розвинуте партнерське середовище – тим більше в ньому утворюється локальних потрійних спіралей, тим вищий потенціал регіону та більше можливостей для інноваційного розвитку. Особливу роль у цьому процесі відіграють університети, які поряд з підготовкою висококваліфікованих спеціалістів відповідно до запитів ринку продукують нові знання, здійснюють трансфер технологій та компетенцій в реальний сектор економіки.

На нашу думку, побудова інноваційної екосистеми регіону повинна передбачати: зміну характеру взаємовідносин між основними її учасниками; перехід до нелінійної моделі створення інновацій, в якій домінують динамічні горизонтальні зв'язки; створення мережевої (партнерської) спільноти та формування єдиного інформаційно-комунікаційного середовища; колаборацію незалежних суб'єктів господарювання, зокрема, постачальників, конкурентів, покупців тощо.

Отже, забезпечення ефективної взаємодії між учасниками інноваційного процесу (новаторами, інноваторами, інвесторами) та об'єднання їхніх зусиль щодо розробки, впровадження, виробництва та комерціалізації інновацій є важливою передумовою сталого розвитку регіону.

«УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ» - ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ ПІДГОТОВКИ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Бучнев М.М., Анучкіна Т.В.

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

У сучасних умовах постійного прискорення процесів трансформації суспільства стрімко й кардинально змінюються умови праці та зміст професійної діяльності людини. Сутність і зміст управління знаннями здавна привертає увагу дослідників. Серед них необхідно ввиділити дослідження Л. Прусака і Т. Давен Порта, І. Нонака і Х. Такеучі, Ч. Дісперса і Д. Чавела, У. Буковіча і Р. Уїльямса і Т. Стюарта, П. Друкера і К. Свейбі, О. Кендюхова, М. Мариничева та ін. [1; 2; 3]. Наявні роботи провідних теоретиків даної області забезпечують нас новими методами вибудовування управління знаннями в конкретному діловому контексті. І в той же час немає єдиного підходу який дозволив би адаптувати і запустити схему управління на практиці.

Людський інтелектуальний капітал є невід'ємною частиною успіху і цінністю будь-якої організації, тому орієнтуючись на виробництво якісної продукції необхідно враховувати її залежність від якості виробничих ресурсів. Одним з основних складових виробничих ресурсів є людський капітал (трудові ресурси), якщо дані ресурси будуть якісні, то продукція вищої якості може і буде виготовлена.

В розвинених країнах спостерігається відсутність зацікавленості в масовому виробництві і споживанні стандартної продукції, передумовами якої є розвиток інформаційних технологій, системи комунікацій, інтернету що в результаті призводить до зацікавленості придбання унікальної продукції вищої якості. Для формування інтелектуально-грамотного, якісного персоналу в організації, робота повинна бути побудована на основі менеджменту компетенцій. Ключові компетенції - це складні соціальні конструкції, які створюють унікальний бізнес на основі соціальних мереж, взаємодії працівників один з одним, які дозволяють створювати креативний продукт та забезпечують успіх організації.

На основі аналізу існуючих підходів, зроблено висновок про те що призначенням управління знаннями є: забезпечення організації, новими знаннями, організація їх засвоєння співробітниками, врахування соціального партнерства та впровадження в практичну діяльність.

Література:

1. Бандурка А.М. Психологія управління. Х.: ООО «Фортуна-пресс», 2008. 464 с.
2. Головатий М.Ф. До проблеми професіоналізації державної служби в сучасній Україні. Зб. наук. пр. УАДУ, 2010. Вип. 2. Ч. III. С. 213-217.
3. Грінівецька Н.М. Проблема формування сучасного типу державного службовця в Україні: Канд. дис. канд. наук з державного управління. К.: Вид-во УАДУ, 2009. 155 с.

ПРОБЛЕМА БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ

Васільєва А. В., Дяченко Т. А

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

На сьогодні однією з головних проблем економіки України є безробіття. Згідно з даними Державної служби статистики України безробітне населення у віці 15-70 років зросло з 8,2% у 2010 р. до 9,5% у 2017 р. [5]. Головною причиною такого відсотку безробітного населення є незбалансованість попиту і пропозиції робочої сили: кількість зареєстрованих безробітних - 364,3 тис. осіб; кількість вакансій - 67,8 тис. одиниць на 2019 р. Таким чином, пропозиція робочої сили перевищує попит у 5 разів. За такої кількості безробітних політика держави повинна бути спрямована на скорочення рівня безробіття, перш за все, шляхом стимулювання попиту на робочу силу, а також зменшення часового лагу між появою вакансій та працевлаштуванням.

З цією метою доцільним є проведення заходів, виділених на основі аналізу літературних джерел [1, 2, 3, 4] та власних досліджень, серед яких основними є наступні: стимулювання зростання виробництва і збільшення кількості підприємств шляхом проведення стимулюючої бюджетно-податкової політики, зменшення тіншового сектору економіки, вдосконалення інфраструктури розвитку підприємництва, залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій, насамперед, для впровадження науково-технічних інновацій; вдосконалення процедури працевлаштування, рівня обслуговування центрів зайнятості, перекваліфікації та курсів з підвищення кваліфікації для працівників; покращення якості освіти. Необхідним кроком до вирішення проблеми безробіття в Україні є виконання владою цих заходів.

Література:

- 1 Башнянин Г.І. Політична економія: навч.посіб./ Г.І.Башнянин, П.Ю. Лазур, В.С. Медведєв - К. : Київ Ніка-Центр Ельга, 2000р. - 527 с.
- 2 Борищук А.О. Аналіз рівня безробіття в Україні / А.О. Борищук, К.Д. Семенова// Статистика - Інструмент соціально-економічних досліджень: Збірник наукових студентських праць. Випуск 3. Частина 1 - Одеса, ОНЕУ. - 2017. С.29-34.
- 3 Максименко Я. А. ТНК и перспективы их развития в Украине / Я.А. Максименко // Вестник Нац. техн. ун-та "ХПИ". – Харьков : НТУ "ХПИ", 2006. – № 2 (1). – С. 129-133.
- 4 Максименко Я.А. Украина в процессах международного движения капитала: проблемы и пути решения / Я.А. Максименко, Д. О. Побережний // Переяславская рада: ее историческое значение и перспективы развития Восточно-славянской цивилизации : сб. науч. тр. : по материалам 3-й Междунар. науч.-практ. конф., 18-19 декабря 2008 г. / ред. А.Г. Романовский, Ю.И. Панфилов. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2009. – С. 161-165.
- 5 Основні показники ринку праці (річні дані) [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Ремим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- 6 Перерва П.Г. Венчурна діяльність промислового підприємства та внутрішньофірмова комерціалізація технологій на засадах інтрапренерства / П.Г. Перерва, М.В. Маслак // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПИ" : зб. наук. пр. Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПИ", 2016. – № 27 (1199). – С. 90-96.

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯК ПЕРЕДУМОВА УСПІХУ ІННОВАЦІЙ

Вербицька Г.Л.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Для успішної роботи на ринку підприємства змушені здійснювати капіталовкладення в розробку інновацій, оскільки у міру посилення конкуренції, зміни кон'юнктури ринку і технологій, впровадження нововведень іншими фірмами перед підприємствами постає загроза втрати своїх позицій. Саме інновації дозволяють підприємствам вчасно змінювати структуру асортименту і підтримувати обсяг продажу на рівні, що забезпечить стабільний фінансовий стан.

Інновації – це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [1].

Розробка інновацій характеризується високим рівнем інвестиційних ризиків, які полягають у існуванні ймовірності недосягнення запланованих цілей інвестування, повної або часткової втрати капіталу, що інвестується. Тому при плануванні розробки інновацій підприємству необхідно провести комплексні маркетингові дослідження, які включають з'ясування стану і тенденцій розвитку певного сегменту ринку, розрахунок його місткості, аналіз поведінки споживачів і конкурентів, етапи життєвого циклу на яких знаходяться аналогічні та взаємозамінні товари, які вже представлені на ринку, визначення цільової аудиторії покупців нового товару, дослідження і планування цінової політики товарообороту і збуту, з метою уникнення неточних оцінок, ризиків і невиправданих витрат.

Результати дослідження залежно від потреби подають у вигляді стислого загальнодоступного викладу суті дослідження або розгорнутого наукового звіту, де в систематизованій і предметній формі викладено схему дослідження, а також детально обґрунтовано висновки і рекомендації. Маркетингові дослідження допомагають підприємству оцінити майбутні перспективи впровадження інновації, визначити споживчі переваги щодо дизайну, оформлення упаковки, обрати ефективні заходи по просуванню нового товару на ринок. Уся інформація, отримана в ході здійснення маркетингових досліджень, повинна бути збережена і систематизована, з метою розроблення на підприємстві бази даних, яка стане основою для створення маркетингової інформаційної системи і дасть змогу нарощувати такий маркетинговий актив, як «знання конкурентного ринку» та своєчасно коригувати інноваційну стратегію підприємства.

Література:

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04007.2002 р. №40-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.

ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ТА УПРАВЛІННЯ КАДРАМИ НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ

Верещак В.О, Проскурня О.М.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

В роботі розглянуто актуальність одного з основних факторів економічного зростання в сучасних умовах розвитку України – адаптивну, гнучку, мобільну кадрову політику і процес формування кадрового потенціалу сучасної організації. Особливе місце в боротьбі за досягнення конкурентоспроможності підприємства на ринку займає система управління персоналом, що реалізується в кадровому потенціалі. Формування кадрового потенціалу підприємства – це складний і довготривалий процес набуття й використання навичок, знань і умінь, який охоплює собою відповідне навчання, набуття практичних навичок і конкретне їх цільове використання в певних умовах [1]. Використання інноваційних методів привернення кадрового потенціалу (кадровий аудит, бенчмаркінг, коучинг, кадровий консалтинг) в тій або іншій формі дає підприємству необхідну гнучкість [2]. Достатньо ефективним інноваційним інструментом у вирішенні цієї проблеми є використання технології дауншифтингу, особливо у практиці професійного розвитку управлінського потенціалу підприємства. Дауншифтинг – перехід з роботи за яку багато платять, але пов'язаною з постійними стресами, навантаженнями, яка забирає багато вільного часу, на більш спокійну, хоча і з меншим рівнем заробітку. Головною зовнішньою ознакою дауншифтингу є відмова від кар'єри, рівня та стилю життя [3]. Можливість реалізації інноваційних методів покращення кадрового потенціалу в організаціях на даний момент є недосконалою, тому необхідно розробляти методичний підхід до їх реалізації, що і є перспективою подальших наукових досліджень у даному напрямі. Модернізація та оновлення підходів до формування кадрового потенціалу дозволить підприємствам оцінити свої можливості та задіяти всі можливі важелі заради досягнення мети існування організації, дасть змогу приймати обґрунтовані управлінські кадрові рішення. Розглянувши певні принципи та напрями інноваційних підходів до формування кадрового потенціалу підприємства можна зробити висновок, що високий інтелектуальний рівень підприємства в будь-якій сфері приваблює висококваліфікований персонал, що надає можливість для створення унікального поєднання професійних здібностей, об'єднання зусиль науковців, практиків та держави.

Література:

1. Погорелова Т.О., Колотюк О.І., Шевченко А.С. Інноваційна культура сучасного підприємства / Т.О. Погорелова, О.І. Колотюк, А.С. Шевченко // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Х.: НТУ «ХПІ». – 2014. – № 65(1107). – С.86–90.
2. Кибанов А.Я., Дуракова И.Б. Управление персоналом организации: отбор и оценка при найме, аттестация: уч. пособ. /А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. – М.: «Эталон», 2009. – 416 с.
3. Нестеров А.Д. Разработка стратегии развития кадрового потенциала сбытовых организаций энергетики. Дисс. канд. экон. наук. Барнаул, 2010.

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ МЕРЕЖ ЯК ОЗНАКА «ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ»

Верютіна В.Ю.

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

В роботі наведено огляд багатогранних проявів інноваційних мереж, які набувають все більшого значення з виникненням так званої «економіки знань». Тема інноваційних мереж аналізується за допомогою різних об'єктивів, поєднуючи в собі теорію самоорганізації, теорію складності та останні розробки в економічній та соціологічній літературі з інновацій [1]. Метою статті є інтеграція цих різних перспектив для подальшої розробки основних підходів до загальної теорії інноваційних мереж. У цьому відношенні загальна модель інноваційних мереж застосовується до різних галузей промисловості та наукомістких бізнес-систем, які є основою інтернет-економіки. Історично, інноваційні мережі були створені у результаті тривалої співпраці між науковцями з різних дисциплін, включаючи теоретичну фізику, політологію, інформатику, соціологію та економіку. У той же час спосіб господарювання має змінюватися у відповідності до процесів модернізації та стрімкого прогресу. Найсучаснішим способом господарювання є входження або інтеграція до міжнародних виробничих мереж через включення до міжнародних ланцюгів створення доданої вартості та позиціонування своєї діяльності в таких мережах за рахунок належності до того чи іншого кластеру економіки. Отже змінюється весь економічний уклад, або відбуваються процеси, що приводять до зміни існуючої економічної парадигми. Інноваційні мережі та трансформація великих соціально-технічних систем добре ілюструється на прикладі комбінованої теплоенергетичної технології. Саме просування технологічної політики стає ключовою вимогою сьогодення. Як і інші сектори ринкової економіки, ринок технологічних інновацій може нормально розвиватися лише за наявності певних умов. Для його функціонування потрібна, перш за все, наявність різноманітних форм власності і створення ринкової інфраструктури. Слід зазначити, що інновації, будучи фактором економічного розвитку, виступають, перш за все, як особлива форма реалізації підприємницької активності [2].

Поєднуючи емпіричні приклади з теоретичними роботами з виникнення інноваційних мереж, можна визначити механізми та інструментарій, який може сприяти їх успішному розвитку та оцінці.

Література:

1. Savchenko Olga, Innovation processes in adverse institutional settings: connectedness and disconnectedness in three regions of Ukraine :Entrepreneurship, Innovation and Regional Development, Edward Elgar Publishing, Christos Kalantaridis, Svitlana Slava, Oleksandra Gumenna, Chenttenham, UK, Northampton, MA, USA, 2015 Part 1, pp.11-30
2. Верютіна В. Ю., Проривні технологічні інновації як драйвер економічного розвитку країни, Савченко О.І., Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ «ХПІ», 2018. – № 19 (1295). – С. 108-111

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В КОНТЕКСТІ ТЕОРІЇ ПОКОЛІНЬ

Винничук Р.О.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

В сучасних умовах розвитку науки управління виникає необхідність у пошуку різноманітних підходів до підвищення продуктивності та ефективності бізнесу. Одним з таких підходів, який здатний забезпечити високий рівень взаємодії в колективі, може бути підхід з точки зору теорії поколінь. Вченими неодноразово було досліджено циклічний процес розвитку суспільства. Зокрема, американські вчені Ніл Хоув та Уільям Штраус у дослідженні історії США, дійшли висновку, що цей цикл розвитку складається з чотирьох основних етапів, які почергово змінюються кожних двадцять років: підйом, пробудження, спад, криза. Відповідно, за їх висновком, кожному з періодів притаманні певні характеристики покоління, яке в цей час народжувалося та проходило етап становлення особистості. Ці дослідження є основою сучасної теорії поколінь, яка отримала свій розвиток не лише на теренах США, але й у цілому світі. В Україні ретельних досліджень цього питання ще немає, проте вже можна впевнено стверджувати, що теорія поколінь має тверде підґрунтя для розгляду її у різних контекстах, в тому числі, й для управління персоналом організацією. Теорія поколінь свідчить, що кожне покоління має свій ключовий набір цінностей та характеристик. Зокрема, якщо розглядати останні чотири покоління, які є на ринку праці, а саме: бекі-бумерів, X, Y, Z, то можна виділити певні особливості, які впливають на їх мотивацію, продуктивність праці, кар'єрні прагнення тощо. Так, для бекі-бумерів, народжених у 1945-1965 рр., робота є на першому місці – це трудоголіки, для яких цінностями є колектив, держава, залученість, а основною потребою в роботі – визнання, винагорода та статусність. Покоління X, яке народилося в період з 1966 р. до 1984 р., зростало та формувалося в інших політичних, культурних та історичних умовах, та набуло таких рис як схильність до індивідуалізму та прагнення до виживання, а основними його цінностями в роботі є професійне зростання, безперервне навчання та рівноправність. Для покоління Y (1985-2004 рр.), першого покоління, яке формувалося одночасно з розвитком інформаційних технологій, найважливішим в роботі є негайна винагорода, прагнення свободи та вільного графіку, схильність до креативності та бажання отримувати від роботи в першу чергу задоволення. І останнє покоління, яке лише почало з'являтися на ринку праці – покоління Z (особи, народжені після 2004 р.). Для цього покоління характерні такі ознаки: потреба діяти за чітко встановленими правилами, можливість негайної самореалізації, мультизадачність, потреба в безперервній похвалі та функціональна практичність. Представники цього покоління повинні чітко розуміти мету поставлених перед ними завдань. Таким чином, знайшовши підходи до управління представниками кожного покоління, а також визначивши спільні точки взаємодії між ними для уникнення конфліктів, можна вдосконалити всі елементи системи управління персоналом, а особливо його мотивацію та розвиток.

СТАН КОСМІЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ТА МОЖЛИВІСТЬ ПРИВАТНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Віблій П.І., Лащик І.І., Гузьо С.С.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Космічна галузь України знаходиться на стадії стагнації та вимагає впровадження нових організаційних засад для здійснення ефективної космічної діяльності та вирішення актуальних завдань, як на рівні держави, так і на рівні суспільства. Незважаючи на велику кількість провідних спеціалістів та дослідження, невирішеними залишаються питання щодо: інноваційного розвитку космонавтики; отримання інформації про стан Всесвіту, його природу та вплив людей на нього; факторів впливу на формування та розвиток ефективної інвестиційної політики.

Насамперед космічна галузь пов'язана з міжнародною торгівлею, політикою та глобальними ринками, що зумовлює необхідність удосконалення науково-технічного потенціалу країни в галузі. Поруч з цим існує проблема бюджетного фінансування, що унеможлиблює розвиток та впровадження світових технологій, необхідних для виходу України на новий рівень та забезпечення національної безпеки, оскільки галузь входить до Державного космічного агентства України.

Важливим кроком для вирішення суперечок стало подання Верховній Раді України комітетом з питань промислової політики і підприємництва законопроекту №10096 від 27.02.2019 р., згідно з яким приватні підприємства матимуть право проводити космічну діяльність. А саме: випробування та запуски ракет-носіїв; запуск або забезпечення запуску космічного апарату; повернення космічного апарату або його складових частин, що повертаються, з навколоразомної орбіти або космічного простору на Землю; управління космічним апаратом;

Дане рішення дасть змогу приватному сектору економіки вплинути на реструктуризацію космічної галузі шляхом капіталовкладення в розвиток ракетно-космічної галузі України, і вирішити такі проблем, як: неефективне використання наявних ресурсів підприємствами галузі; нестача оборотних коштів, дешевих кредитів для розвитку підприємств; неефективне використання власних технологій; наявність істотних політичних і фінансових ризиків для іноземних партнерів при співробітництві з підприємствами галузі; відсутність достатнього досвіду та знань у сфері менеджменту, маркетингу, фінансів і сучасних ринкових відносин.

Прийняття законопроекту дозволить Україні зміцнити свої позиції в даній сфері. Також чималий вплив буде на формування високопотужного національного ринку товарів та послуг та можливість підтримки конкурентоспроможності серед інших країн, що дозволить привабити не лише національні компанії, але й іноземні для обміну технологіями, досвідом, людськими ресурсами, тощо.

Література:

1. Розвиток ракетно-космічної промисловості України: основні економічні проблеми. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://osvita.ua/vnz/reports/astronom/25806/>

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Віблій П.І., Лащик І.І., Задорожнюк Л.Р.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Інвестиційна привабливість, як відомо є складним економічним явищем, яке залежить від різних окремих факторів. Загалом деякі фактори мають більший вплив, інші ж менший але для інвестора основним показниками є його прибутковість, а також організація, сильні та слабкі сторони самого проекту.

Особливості організації авіаційної сфери включає в себе наступні ознаки:

- ✓ сезонність авіаційних перевезень;
- ✓ кількість і вартість паливно-мастильних матеріалів;
- ✓ необхідність застосування різних підходів до оптимізації двигунів;
- ✓ врахування місткості парку повітряних суден, дальності їх польоту;
- ✓ вплив на цінову політику авіакомпанії тарифів конкурентів та тарифів за попередні періоди експлуатації рейсів;
- ✓ обов'язкові витрати на страхування;
- ✓ необхідність високоякісного оперативного технічного обслуговування та багато інших [1].

За даними Державної служби статистики України пасажирооборот українських авіакомпаній постійно зростає, збільшується і кількість перевезених пасажирів. У січні 2018 року пасажиропотік, в порівнянні з січнем 2017 року, в середньому зріс на 43%. На 25% зросла також кількість перевезених вантажів. При вивченні капітальних інвестицій України варто зауважити, що основна їх частина сьогодні припадає на машини, обладнання, інвентар та транспортні засоби (46,7%) [2].

Станом на 2019 рік авіаційна сфера в країні покращується. В Україні тільки за 2018 здійснено 73 авіаційні операції, що є рекордом за останні 18 років роботи підприємства. А незабаром запрацює ще один міжнародний аеропорт у м. Біла Церква. Щоб сприяти підвищенню інвестиційної привабливості самого аеропорту і його конкурентоспроможності в сфері ремонту та авіаційних вантажних перевезень. Здійснюватимуться також заходи з відкриття міжнародного пункту пропуску. Початок його роботи запланований на вересень 2019 року.

Отже, інвестиційна привабливість авіаційної діяльності займає належне місце серед світової інтеграції. Для покращення цієї зростання цієї тенденції потрібно продемонструвати прозорий механізм залучення коштів авіапідприємствами, який супроводжувався б відкриттям нових авіаліній, оновлення зношених засобів для перельоту, зокрема літаків.

Література:

1. Гавриленко В.Р. Оцінка інвестиційної привабливості авіакомпаній України: «Економіка та бізнес - адміністрування (ФЕБА) НАУ» - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://nau.edu.ua/> .
2. Державна служба статистики України - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Віблій П.І., Лащик І.І., Кушаба І.А.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

В Україні іноземні інвестиції є визначальною передумовою розвитку національної економіки. Особливої уваги проблеми іноземного інвестування набувають саме зараз, коли українське суспільство, а не лише національна економіка, опинилось у стані загострення та поглиблення кризових явищ.

Надходження іноземних інвестицій поліпшує стан та ефективність національного господарства, проте інвестиційна привабливість України сьогодні залишається низькою через несприятливий інвестиційний клімат. Діючий збройний конфлікт на сході країни має значний вплив на іноземне інвестування, низка іноземних компаній прийняли рішення припинити діяльність та залишити країну до покращання загальних умов діяльності.

Обсяг залучених прямих іноземних інвестицій в економіку України на 31 грудня 2018 р. становив 32 291,9 млн. дол. США. У 2018 р. в економіку України іноземними інвесторами вкладено 2 869,9 млн. дол. Як бачимо, протягом 2015–2018 рр. надходження іноземного капіталу скорочувалось. Як показано в табл. 1, спостерігалось різке зменшення надходження інвестицій у 2017 - 2018 рр. Зокрема у 2018 році обсяг іноземних інвестицій зменшився на 1 536 млн.дол. США. До п'ятірки основних іноземних інвесторів України у 2018 році входять: Кіпр – 8879,5 млн.дол., Нідерланди – 7060,9 млн.дол., Велика Британія – 1955,9 млн.дол., Німеччина–1668,2 млн.дол. та Швейцарія – 1540,7 млн.дол.[1]

З огляду на ризикованість інвестиційних процесів в останні роки в Україні слід зазначити, що значна частина іноземних вкладників капіталу поступово втрачають зацікавленість в українській економіці як сфері своєї діяльності. Індекс інвестиційної привабливості України, за версією Європейської Бізнес Асоціації (ЄБА), що представляє інтереси понад 800 українських та іноземних підприємств, які працюють в Україні, у другому півріччі 2018 року знизився порівняно з першим півріччям (3,15 бала) і склав 3,03 бала з 5 можливих. Причинами зменшення обсягів іноземних інвестицій є низький рівень захищеності прав власності в Україні, нестабільна політична та економічна ситуація, внаслідок збройно-політичного конфлікту на сході країни, значний рівень корупційності, недосконалість правового та законодавчого регулювання іноземної інвестиційної діяльності в Україні.

Отже, для вирішення проблем залучення іноземних інвестицій необхідно удосконалити державне регулювання; створити необхідні умов для залучення іноземних інвестицій, які позитивно впливатимуть на розвиток галузей та економіки; забезпечити належний рівень захисту прав власності іноземних інвесторів. Також, необхідно стимулювати інвесторів для залучення прямих іноземних інвестицій шляхом зниження темпів інфляції, забезпечення стабільності банківської системи, впровадження заходів податкового та організаційного характеру.

Література:

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

ЕКОНОМІЧНА СВОБОДА ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Власенко А.В., Ларка Л.С.

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

Економічна свобода підприємства в сучасних умовах господарювання має визначальне значення при реалізації стратегічного управління ним. Оптимальний стратегічний набір підприємства може залишатися найкращим варіантом лише у планах підприємства, якщо це підприємство не має економічної свободи. Прояви економічної свободи підприємства в умовах глобалізації посилюються впливом об'єктивних змін у світовому господарстві.

Забезпечення економічного розвитку підприємства як відкритої соціально-економічної в умовах глобалізації значною мірою залежить від конкурентної ситуації на ринку. Безпосередньою рушійною силою економічного розвитку є конкуренція між незалежними економічними суб'єктами. Проте економічний прогрес тісно пов'язаний з прогресом соціальним [1]. Саме тому країни з розвинутою економікою значний відсоток ВВП витрачають на фінансування соціальних програм.

Світовий досвід засвідчує, що практично всі країни-лідери, які досягли найвищих показників ВВП на душу населення (а це понад 20 тис. дол.), мають:

- відкриту ринкову економіку, вільне ціноутворення, низькі митні бар'єри, висококонкурентне ринкове середовище;
- захист приватної власності;
- ефективне податкове адміністрування, податкову систему;
- ефективні державні організації з низьким рівнем корупції;
- демократичну політичну систему з високим рівнем політичної конкуренції, надійними механізмами контролю над державою та бюрократією;
- незалежну судову систему, якій довіряють громадяни, сильну систему органів правопорядку і виконання судових рішень [2].

Усі наведені вище фактори можна розглядати як необхідні умови забезпечення економічної свободи підприємства.

В умовах глобалізації кількість конкурентів на цільовому ринку підприємства збільшується за рахунок ТНК, глобальних фірм. Без наявності економічної свободи підприємству досить складно розробити адекватну відповідь конкурентам, тому логічним є висновок про те, що глобалізація відкриває нові можливості для підвищення рівня економічної свободи підприємства.

Література:

1. Ларка Л. С. Економічний порядок підприємства та інструменти його підтримування / Л. С. Ларка // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доп. 26-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2018, [16-18 травня 2018 р.]: у 4 ч. Ч. 3 / ред. Є.І. Сокол. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – С. 179.
2. Криштоф Н. С. Економічна політика розвитку підприємництва в умовах геоекономічних перетворень / Н. С. Криштоф. Режим доступу: <http://academy.gov.ua/ej/ej16/txts/12KNSUGP.pdf>. Дата звернення 14.03.2019 р.

НАПРЯМКИ ПОБУДОВИ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ БІЗНЕСУ: МІКРО- І МАКРОРІВЕНЬ

Волоснікова Н.М.

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

Ефективне і конкурентоспроможне функціонування кожної окремої фірми є неможливим без якісного і економічно обґрунтованого розвитку її ресурсного потенціалу. Елементами потенціалу є всі ресурси які відокремилися у процесі виробництва і будь яким чином пов'язані із функціонування фірми.

Цілі фінансової стратегії інтегрованої логістизації процесів на підприємствах мають підпорядковуватися загальній стратегії економічного розвитку логістичної системи та спрямовуватися на максимізацію прибутку та ринкової вартості підприємства. При розробці фінансової стратегії інтегрованої логістизації процесів на підприємствах слід враховувати динаміку макроекономічних процесів, тенденції розвитку вітчизняних фінансових ринків, можливості диверсифікації діяльності логістичної системи та зміни у інституційному середовищі. Для досягнення найкращих результатів формування фінансової стратегії інтегрованої логістизації процесів на підприємствах необхідно деталізувати і конкретизувати функції суб'єкта управління, поділивши їх на два аспекти управлінської діяльності: враховуючи процес формування та процес використання фінансових ресурсів інтегрованої логістизації процесів підприємства.

Фінансова стратегія інтегрованої логістизації процесів на підприємствах забезпечує: формування та ефективного використання фінансових ресурсів інтегрованої логістизації процесів на підприємствах; відповідність фінансових дій економічному стану та матеріальним можливостям логістичної системи підприємства; правильний вибір напрямів фінансових дій та маневрування логістичною системою підприємства для досягнення вирішальної переваги.

Завдання фінансової стратегії інтегрованої логістизації процесів на підприємствах є такими: визначення способів проведення успішної фінансової стратегії інтегрованої логістизації процесів на підприємствах; визначення перспективних фінансових трансакцій із суб'єктами господарювання та іншими інститутами; фінансове забезпечення операційної діяльності інтегрованої логістизації процесів на підприємствах; розробка та здійснення заходів щодо забезпечення фінансової стійкості інтегрованої логістизації процесів на підприємствах; розробка способів виходу із кризового стану та методів управління за такого стану логістичної системи підприємства.

Фінансові ресурси фірми є найбільш ліквідними його активами, які спроможні виконувати функцію платіжного засобу ф і забезпечувати безперервний рух грошових потоків. Особливістю фінансових ресурсів їх відокремленість як у часі, так і у просторі від руху трудових і матеріальних ресурсів. Фінансова діяльність активно впливає на раціональну організацію руху виробничих ресурсів будь-якої фірми.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ НАДХОДЖЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПІДПРИЄМСТВО

Гаврись М.О.

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

При надходженні основних засобів (ОЗ) на підприємство для початку ведення обліку конкретного об'єкту ОЗ необхідно визначити його первісну вартість, метод нарахування і, при потребі, норми амортизаційних відрахувань, створити інвентарну картку обліку для кожного об'єкту ОЗ, і, у залежності від способу надходження, скласти акт їхнього приймання-передачі.

Найскладнішим етапом обліку при надходженні ОЗ є визначення їхньої первісної вартості. ОЗ можуть надходити на підприємство через придбання за грошові кошти, створення або будівництво (які можуть бути здійснені як господарським, так і підрядним способами), безоплатне отримання (від вітчизняних і іноземних господарюючих суб'єктів, благодійних фондів та організацій, урядів, тощо), внесення учасниками до капіталу підприємства, бартерний обмін на інші об'єкти основних засобів, або ж обмін на матеріальні запаси, готову продукцію підприємства, дебіторську заборгованість. Кожен з цих способів має особливості обліку, що ускладнюють визначення первісної вартості.

Занижене значення первісної вартості призведе до зменшення амортизаційних відрахувань, завищення бази оподаткування податком на прибуток і менш ефективного виконання функції відтворення основних засобів. Завищення первісної вартості зменшує нараховані суми податку на прибуток, що може викликати претензії з боку податкових органів. І якщо у випадку придбання ОЗ за грошові кошти визначення первісної вартості є відносно простим завданням, то у випадку самотійного або підрядного будівництва або безкоштовного отримання ОЗ воно часом стає зовсім нетривіальним.

Первісна вартість окремих об'єктів ОЗ формується на рахунку 15 «Капітальні інвестиції». Сума податку на додану вартість не входить в неї. Після закінчення формування первісної вартості і введення об'єкта ОЗ в експлуатацію його подальший облік ведеться на відповідному субрахунку рахунку 10 «Основні засоби». Аналогічно ведеться облік і деяких інших видів необоротних активів. У випадку придбання об'єкту ОЗ за грошові кошти його первісна вартість формується на субрахунку 152 «Придбання (виготовлення) основних засобів» з вартості придбання, підтвердженої відповідними документами, і, за необхідності, суми інших релевантних витрат на ОЗ. У разі самотійного створення або будівництва об'єкта ОЗ, формування первісної вартості відбувається так само, але кількість елементів може сягати сотень і тисяч, а час її формування – місяцями і роками. Використовуються субрахунки 152 і 151. Для безоплатно отриманих основних засобів первісна вартість буде складатися з їхньої справедливої вартості і суми супутніх витрат, як визначено у П(С)БО №7. Визначення справедливої вартості неведене у додатку до П(С)БО №19 «Об'єднання підприємств».

АНАЛІЗ ВАРТОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ЗЕМЛІ

Гаврись О.М., Гаврись О.О., Гаврись П.О.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

В Україні вже декілька десятиліть продовжується дискусія про необхідність продажу земель. Тим часом окремі особи, які контролюють агроконцерни, зосередили в своїх руках сотні тисяч гектарів землі, до речі, варто зазначити, що податків в державний бюджет вони практично не платять [1]. Вартість і якість земельних угідь в країнах Європи значно відрізняється. Вона складає (тис. \$ за 1 га): Великобританія – 31,4, Ірландія – 39,3, Франція – 7,45, Італія – 27,02, Сербія – 19,93, Німеччина – 16,8, Данія – 25,9, Фінляндія – 9,6, Польща – 10,3, Голландія – 63,8. Причому, в останні роки, як свідчать публікації, вартість землі в більшості країн швидко зростає. В Україні, на думку деяких авторів, вартість 1 га має складати від 650 євро в Житомирській області до 1040 євро в Черкаській. О. Ходаковська з інституту аграрної економіки вважає, що після зняття мораторію з продажу землі сільськогосподарського призначення, 1 га має коштувати близько 2,5 тис. \$. На її думку, пропозиція на земельному ринку може скласти до 2,8 млн га. Причому третина потенційних землекористувачів зможе придбати землю по ціні від 500 грн до 13,5 тис. грн. за 1 га. А ще 22 % зможуть запропонувати біля 1 тис. \$. Чи можна згодитись з таким підходом? Думаємо, що ні. Звертаємо увагу, що історично так склалося, що українці були сільськогосподарською нацією. В часи царської Росії і Австро-Угорської імперії єдиним містом на нашій території, де вони складали більшість був невеликий Куп'янськ. А яка ж була вартість землі? У 1909 році від одного з авторів придбав у розстрочку 1 десятину (1,0925 га) землі за 1400 тогочасних рублів. В той час найкращий кінь коштував 40 руб., а найкраща корова – 30 руб. Зараз краща корова коштує 1 тис. \$. Не важко підрахувати, що 1 га коштував би понад 42 тис. \$. Пропонують же ціну за українську землю в 17 разів нижчу, і це в той час, коли дефіцит продовольства в світі зростає. Землі нашої держави можна розділити на певну кількість груп в залежності від родючості і кількості опадів. Частково це вже робилося під час так званої «порізки» земель у середині 20-х років минулого століття, коли була проведена дуже велика робота по укрупненню в одному місці селянських наділів. До речі, у 1928 р. на території тільки радянської частини України було 5173,8 тис. селянських, тобто фермерських господарств. Зараз же зареєстровано тільки 33,7 тис, тобто в 153 рази менше. При цьому нинішні господарства не можна зрівнювати з колишніми, оскільки ні один з нинішніх фермерів не заплатив ні за один гектар землі. Для порівняння в Польщі зараз 2,3 млн. фермерських господарств, 70 % з яких мають менше 5 га землі і тільки 8,6 – більше 15 га. В Україні, на нашу думку, однією з найважливіших задач є створення справжнього прошарку селянських господарств. Це можна вирішити лише за допомогою держави, включаючи створення потужного земельного банку.

Література:

1. Проблеми розвитку земельного ринку в Україні / О.М. Гаврись, П.О. Гаврись, О.О. Гаврись. // Проблеми соціально-економічного розвитку підприємств : тези доп. міжн. наук.-практ. конф., 26-28 листопада 2018 р. – Харків : НТУ «ХПІ», 2018. – С. 116–117.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Гавриш О.О., Гавриш О.М., Животченко Т.Ю.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Євроінтеграційний курс України на сучасному етапі не викликає сумнівів, отже питання формування науково-технічного потенціалу є надзвичайно актуальним. Відомо, що наука та технології завжди були пріоритетами в розвинутих країнах Європи, тож посісти гідне місце в цьому інтеграційному утворенні Україна зможе лише за умови активізації розвитку наукомістких галузей, інтенсифікації фундаментальних і прикладних наукових досліджень, підвищення ефективності наукових розробок.

Науково-технічний потенціал – це одна з найголовніших характеристик країни, яка визначає її можливості та досягнення належного рівня в світовій економіці та міжнародних зв'язках [1].

Після розпаду СРСР Україна успадкувала близько 6,5 % світового науково-технічного потенціалу при 0,1 % чисельності населення світу. В останні десятиліття спостерігається втрата цього потенціалу і як наслідок, зниження конкурентних позицій на світовому ринку. У 2018 році за індексом глобальної конкурентоспроможності Україна виявилася на 83-му місці серед 140 країн світу, такий показник, враховуючи велику територію держави та значні запаси природних ресурсів, не може задовольняти українське суспільство та є недостатніми для забезпечення стабільного розвитку економіки, гарантованої економічної безпеки держави, досягнення європейських стандартів життя в осяжному майбутньому. Ця ситуація великою мірою зумовлена тим, що науково-технічний потенціал нашої держави не здатний в повній мірі забезпечити взаємодію між наукою, технологіями та промисловістю. Між вітчизняним бізнесом і наукою утворився вакуум, оскільки не має досконалих механізмів, які б допомагали оцінювати економічну ефективність нових технологій, перевіряти їх на практиці та застосовувати на підприємствах. Це призводить до того, що українські підприємці часто віддають перевагу іноземним технологіям і техніці, причому не завжди тому, що вони кращі за вітчизняні за якістю та ціною, а через те, що більш відомі та забезпечують належне сервісне обслуговування [2].

Проблемою інноваційного розвитку економіки на всіх її рівнях в Україні є те, що, маючи досить високий потенціал, немає таких механізмів, які б його належним чином сприймали та реалізовували на практиці. Оптимізація політики в сфері інноваційного розвитку України є важливим завданням державного управління.

Література:

1. Скиба Г. В. Сучасний стан науково-технічного потенціалу України: вітчизняні реалії та зарубіжний досвід [Текст] / Г. В. Скиба // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2016. – №6. – С. 210–216.
2. Великий Ю. В. Науково-технічний потенціал машинобудування України / Ю. В. Великий // Агросвіт. – 2016. – № 8. – С. 24–28.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

Галкова А.В.

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

В умовах ринку основним завданням є організація праці, яка б максимально стимулювала працівників до ефективної роботи. Задоволення системи потреб працівника повинно сприяти повнішому використанню трудового потенціалу індивідуума і підприємства. Мотивувальні впливи повинні бути ретельно продумані та співвіднесені з конкретною ситуацією й особистістю працівника [1]. Запроваджуючі систему мотивації, застосовують методи зовнішньої мотивації (стимули), завдання якої - розвинути внутрішню мотивацію працівника (мотиви). Мотивація - сукупність управлінських дій, спрямованих на спонукання себе та інших працівників для досягнення особистих цілей [2, с.15]. Система мотивування персоналу є основою успіху сучасної організації. Щоб досягти результатів, мотивація персоналу повинна упроваджуватись на усіх рівнях управління організацією із забезпеченням взаємодії. У структурі мотивації, з погляду окремих вчених, персоналу виділяють такі напрями: умови праці, ресурси, визнання, взаємовідносини, відповідальність [3]. Система мотивації не повинна бути нав'язаною співробітникам і має відповідати інтересам як працівників підприємства так і його менеджменту. В процесі формування системи матеріальних винагород закладаються необхідні спонукальні мотиви трудової діяльності персоналу. Важливе значення відіграє і нематеріальна мотивація, яка спрямована на підвищення лояльності співробітників. З погляду деяких вчених, заходи нематеріальної мотивації сприяють певному зниженню витратів фірми на компенсацію співробітникам їх трудовитрат [4]. Ці види мотивації комплексно застосовуються для підтримання ефектої взаємодії працівника та підприємства у досягненні спільних цілей. Удосконалення системи мотивації працівників має передбачувати наступні заходи: вивчення мотивів трудового поведіння; використання нових напрямків в оплаті праці з метою підвищення зацікавленості працівників; впровадження на підприємствах регламентації праці, що дозволяє оптимізувати витрати; інвестування у людський капітал [5].

Література:

1. Гуцан О.М. Мотиваційний механізм формування компетенцій працівника / О.М. Гуцан // Бізнес Інформ.-2013.-№11.-С. 240-245.-Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2013_11_40
2. Богиня Д. П. Мотивація праці в ринковій економіці: проблеми теорії і практики: наук. вид. / Д. П. Богиня, Л. І. Долгова, Г. Т. Куліков та ін. – К.: Ін-т екон. НАН України, 1997. – 182 с.
3. Ареф'єва О.В. Економічні засади формування потенціалу підприємства / О.В. Ареф'єва, Т.В. Харчук // Актуальні проблеми економіки. – 2008. №7(85). - С. 71-76.
4. Варданін І. Нові тенденції у мотивації персоналу/ І. Варданін // Управління персоналом. - 2005. - № 9. - С. 93-95.
5. Гуцан О. М. Дослідження сутності мотиваційних теорій: сучасні, теорії атрибуції та поля / О.М. Гуцан // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 24 (1246). – С. 26-30.

КОНТРОЛЮВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Ганас Л.М., Мукан О.В., Ноджак Л.С.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Розвиток ринкових відносин вимагає формування сучасних систем менеджменту на підприємствах України. Важливим аспектом в діяльності підприємства є забезпечення ефективного контролювання. Що дає змогу суб'єкту управління регулярно отримувати інформацію про стан справ у керованій системі, на основі чого він приймає управлінські рішення, спрямовані або на закріплення досягнутого успіху, або на усунення причин, що перешкоджають його досягненню. До однієї із найважливіших ділянок контролювання на підприємствах належать фінансові ресурси, як загальна сума власного, позиченого й залученого капіталів, що використовується підприємствами для формування своїх активів і здійснення виробничо-господарської діяльності з метою одержання прибутку.

Основними завданнями контролювання фінансових ресурсів в умовах зовнішньоекономічної діяльності є: визначення фактичного фінансового стану об'єкта чи його частини в даний момент часу; прогнозування фінансового стану та поведінки об'єкта або його частини на визначений майбутній період часу; зміна фінансового стану та поведінки об'єкта чи його частини так, щоб при зміні зовнішньоекономічних умов в допустимих межах були забезпечені необхідні та оптимальні значення характеристик об'єкта чи його частини; завчасне визначення місця та причин відхилень значень фінансових характеристик об'єкта від заданих (тих, що передбачались); збір, передача, обробка інформації про стан об'єкта; забезпечення стійкого фінансового стану об'єкта при досягненні критичних значень характеристик об'єкта.

Для підвищення ефективності контролювання фінансових ресурсів доцільно реалізовувати контроль стосовно етапів здійснення виробничо-господарської діяльності (попередній, поточний та завершальний фінансовий контроль).

Види контролю	Характеристика контролю стосовно фінансових ресурсів
Попередній	Перевіряють усі грошові надходження і видатки підприємства, їх відповідність фінансовій документації, терміни надходження, виплати.
Поточний	Передбачає перевірку поточної роботи фінансових структур, використання фінансових надходжень організації, формування видатків, відповідності фінансової документації та фінансових операцій нормам чинного законодавства тощо.
Завершальний	Передбачає перевірку фактичних фінансових результатів і порівняння їх із запланованими.

Найважливішим засобом попереднього контролю фінансових ресурсів є бюджет (річний фінансовий план), який дозволяє також здійснювати функцію планування.

Отже, контролювання є важливим чинником забезпечення стабільності, передбаченого рівня розвитку економічного суб'єкта, уникнення криз. Важливими елементами контролювання є спостереження за станом суб'єктів економіки, цілеспрямований збір та аналізування інформації про них з метою прийняття оптимальних рішень.

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ЯК ОБ'ЄКТ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Гаркуша В. О.

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

Здатність суб'єкта господарювання протистояти небезпекам і загрозам безпосередньо залежить від його фінансового стану і фінансової стійкості, оскільки для реалізації будь-яких заходів превентивного або компенсаційного характеру необхідні фінансові ресурси. Термін «фінансова стійкість» підприємства характеризує стабільне перевищення доходів підприємства над витратами, можливість вільно маневрувати коштами і на основі їх ефективного використання забезпечувати повний відтворювальний процес. Фінансова стійкість тісно взаємопов'язана з поняттями «фінансова безпека», «економічна безпека», «стабільність і рівновага» і є складовою та об'єктом стратегії фінансово-економічної безпеки підприємства[1]. Одним з основних етапів розробки стратегії фінансово-економічної безпеки є оцінка альтернативних варіантів стратегічних управлінських фінансових рішень, які найбільш повно відповідають меті та завданням забезпечення відповідного рівня фінансової стійкості підприємства. Інформаційним забезпеченням прийняття управлінських рішень для забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства є дані стратегічного управлінського обліку. Як зазначає Н.Ю. Єршова, «...процес забезпечення економічної безпеки пов'язаний з необхідністю отримання стратегічної інформації, яка формується у тому числі в системі стратегічного управлінського обліку. Під стратегічною інформацією розуміємо сукупність даних про внутрішнє і зовнішнє оточення, здатних допомогти в реалізації стратегічних цілей підприємства шляхом формування системи показників, коригування та використання яких дозволить у майбутньому зберегти і зміцнити стратегічні позиції економічного суб'єкта [2, с. 288]. На основі переліку типових заходів, розроблених та запропонованих нами можна скласти план заходів щодо підвищення рівня фінансової стійкості за допомогою нівелювання загроз для подальшої оцінки рівня фінансової стійкості підприємства. Після впровадження в діяльність господарюючого суб'єкта заходів щодо підвищення фінансової стійкості для забезпечення фінансово-економічної безпеки необхідно регулярно здійснювати контроль їх виконання.

Література:

1. Бородин Е.А. Финансовая устойчивость как основа обеспечения экономической безопасности предприятия // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. XLIV междунар. науч.-практ. конф. № 12(44). – Новосибирск: СибАК, 2014.
2. Єршова Н.Ю. Методичний підхід до формування інформації в системі стратегічного управлінського обліку з метою підвищення економічної безпеки суб'єктів господарювання / Н.Ю. Єршова // Науковий вісник МГУ. Серія: Економіка і менеджмент. Одеса – Випуск 10. – Серія: Економіка і менеджмент. – № 10. – 2015 – С. 276-281.

МОРАЛЬНИЙ ВИМІР ЯК ОСНОВНА СКЛАДОВА ВИХОДУ УКРАЇНИ З СИСТЕМНОЇ КОРУПЦІЙНОЇ КРИЗИ

Гармаш С.В.

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

Під час передвиборчих перегонів електорат становиться свідком не тільки суцільних брехливих обіцянок на покращення його майбутнього, а й боротьби компроматів. На особливу увагу заслуговує скандал в «Укроборонпромі», пов'язаний з розкраданням бюджетних коштів та створенням корупційних схем за участю можновладців та членів їхніх родин.

«Таке стало можливим через розповсюдження родинно-кланових відносин у всіх державних інституціях країни. А системна криза стала явищем, притаманним українському суспільству, що відображається на його добробуті і моральному стані» [1, с. 104].

«В такій ситуації зручно списувати все на обставини і зовнішнього ворога, а не на власну некомпетентність та пріоритет індивідуального збагачення. Оскільки в нашій країні поняття «влада», «бізнес» та «кримінал» давно та надовго стали тотожними поняттями, то перш за все, персональну відповідальність повинні нести ті, хто цинічно наживався і продовжує наживатися за рахунок інтересів країни» [2, с. 18]. А оскільки «... кланова система правління глибоко пустила свої деструктивні коріння як у особистість, так і в суспільство в цілому; як по горизонталі, так і по вертикалі...» [3] усіх гілок влади, то вочевидь що довго ще будуть пхатися різнокаліберні «свинарчуки» до державного ресурсу заради дербану бюджетних коштів, спираючись на мовчазливу і зовсім небезкорисну допомогу силових структур та «кишенькових» судів. Збагачення заради власного збагачення, не зважаючи ні на що та ні на кого, вже давно стало лейтмотивом більшості українського істеблішменту.

Література:

1. Гармаш С. В. *Інтеграція логістичних функцій в рамках логістичного менеджменту у системі управління сучасним промисловим підприємством* / С. В. Гармаш // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 104-107.
2. Гармаш С. В. *Відсутність персональної відповідальності як мотиватор безладдя та беззаконня* / С. В. Гармаш // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність : тр. 5-ї Міжнар. наук.-практ. Internet-конф. студ. та молодих вчених, 20 грудня 2014 р. / ред. П. Г. Перерва, Є. М. Строков, О. М. Гуцан. – Харків : НТУ "ХПІ", 2014. – С. 18-19.
3. Гармаш С. В. *Роль непотизма в системі руйнуючих факторів людського капіталу* / С. В. Гармаш // *Science and education: trends and prospects : coll. of sci. art.* – New York : Yunona Publishing, 2018. – Р. 84-90.

НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ У БУДІВНИЦТВІ

Гелеверя Є.М.

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

Будівництво – одна із найважливіших галузей національної економіки, що забезпечує функціонування інших галузей, створює умови для розширеного виробництва, реалізації інноваційних проектів, залучення інвестиційних ресурсів. Проте, на сучасному етапі економічних перетворень, функціонування підприємств будівельної галузі характеризується нестабільними тенденціями, зниженням основних фінансово-економічних показників, поглибленням соціальних проблем, гальмуванням розвитку виробничо-господарського потенціалу. У таких умовах для забезпечення ефективності й результативності діяльності будівельних підприємств набуває актуальності застосування підходів, спрямованих на зростання інтелектуального капіталу, як важливого компонента розвитку суб'єктів господарювання. У розвинених країнах питома вага інтелектуального капіталу досягає 85% вартості бізнесу, близько 60% вартості товарів є інтелектуальна рента, домінуючим є його пропорції порівняно із фізичним і природним капіталом, що забезпечує формування 50% національного багатства.

Питанням удосконалення організаційно-економічних і економіко-правових засад інтелектуального капіталу та інтелектуальної власності присвячені опрацьовані нами наукові праці О.Б. Бутнік-Сіверського, В.М. Геєця, Н.О. Попової, Г.К. Дорожко, О.П. Орлюк, В.Е. Луначека, П.Г. Перерви, В.О. Петренка, С.В. Корновенка та ін.

Автори відзначають, що розвиток багатокладної економіки України, з орієнтацією на послідовне інтегрування до світового ринку, неможливий без перетворення будівельного комплексу в інвестиційно привабливу та інноваційно придатну галузь з потужним взаємообміном матеріалами, технологіями, об'єктами інтелектуальної та промислової власності. Разом з тим, практична реалізація існуючого організаційно-економічного забезпечення управління інтелектуальним капіталом у будівництві має пробуксовуючі ознаки. Аналогічні висновки також ми зробили після спілкування з ТОП-менеджментом крупних будівельних підприємств нашого міста в ході науково-практичних конференцій. До того ж існує ряд серйозних проблем підвищення комерційної привабливості та недосконалість механізму амортизації й відтворення інтелектуальних активів у будівництві – зазначені аспекти потребують подальшого дослідження і удосконалення особливо в умовах українських реалій. Інтелектуальний капітал будівельної галузі має предметну, економічну й правову ознаки. В структурі інтелектуального капіталу відокремлюють людський, організаційний та споживчий капітал. Інтелектуальний капітал будівельної галузі авансується в такі різновиди інтелектуальних активів як продуктивні активи та інтелектуальну власність, які в свою чергу повинні формувати маркетингові інтелектуальні активи.

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Глізнуца М.Ю.

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

Активізація інноваційної діяльності виступає необхідною умовою подальшого якісного і кількісного розвитку національної економіки і в даному контексті розвиток та становлення в країні інноваційного потенціалу, як одного з факторів економічного зростання набуває найбільш важливе самостійне значення. Його ефективне використання залежить від рівня дії організаційних та інституційних механізмів, які сприяють реалізації інноваційних здібностей та можливостей. Крім цього, інноваційний потенціал відображає здатність економіки і її промислових комплексів до мобілізації та зміни своїх параметрів для раціонального використання наявних економічних можливостей, та є спрямований на якісно новий рівень розвитку.

Інноваційного потенціалу не може існувати взагалі – сам по собі. Він повинен бути безпосередньо пов'язаний з конкретним рівнем конкретної економічної системи. Під інноваційним потенціалом економічної системи мається на увазі його різний рівень у відповідності з рівнем самої економічної системи. Це може бути окремо взяте підприємство, галузь, регіон, та, в кінцевому рахунку, й країна.

Так, інноваційний потенціал окремого підприємства може являти собою здатність до генерації інновацій за певних умов власне розвитку самого підприємства.

Інноваційний потенціал регіону може розглядатися як сукупна здатність генерації за певних умов інноваційного розвитку галузей соціально-економічної системи в рамках конкретного регіону.

Інноваційний потенціал галузі розуміється як здатність генерації за певних умов інноваційного розвитку окремої галузі відповідно.

І, нарешті, інноваційний потенціал країни, як соціально-економічної системи, акумулює в собі всі інноваційні потенціали регіонів, галузей і підприємств і, в той же час, є більш широким явищем, ніж їх проста сукупність.

Література:

1.Глізнуца М.Ю. Визначення складових та оцінка інноваційного потенціалу регіону./М.Ю.Глізнуца // «Технологический аудит и резервы производства».-Харків,2016. №3 /5(29) – С.11-14.

2.Глізнуца М.Ю. Удосконалення управління державною інноваційною політикою/ М.Ю.Глізнуца// «Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії».- Запоріжжя,2017.№ 2(08)2017 – С.40-46.

3.Глізнуца М.Ю. Вплив інтелектуального капіталу на інноваційний розвиток регіонів [Електронний ресурс] /М.Ю.Глізнуца// Економіка та суспільство. – 2017.-№9.- Режим доступу до журналу:<http://economyandsociety.in.ua>

МЕТОДИЧИЙ ПІДХІД ДО АНАЛІЗУ РИНКУ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ УКРАЇНИ

Глухова С. В.

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

В умовах мінливості зовнішнього середовища, активізації ринкової кон'юнктури, зростанням конкурентної боротьби й підвищення стандартів якості особливо у галузі виробництва кондитерської продукції стають питання раціоналізації виробництва та підвищення ефективності діяльності підприємств, вирішення яких є неможливим без комплексного та всебічного аналізу сучасного економічного стану самої кондитерської галузі та чіткого розуміння основних тенденцій розвитку.

Вирішення окреслених питань пропонується здійснювати за певною послідовністю (рис. 1), яка базується на принципах системного та цільового підходів, сутність яких детально описана у праці [1].



Рисунок 1 – Структурно-логічна схема послідовності аналізу стану ринку - кондитерських виробів

Література:

1. Чорна М. В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств : монографія / М. В. Чорна, С. В. Глухова. – Харків : ХДУХТ, 2012. – 210 с.

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД МОДЕРНІЗАЦІЇ ОБЛАДНАННЯ В ЕНЕРГЕТИЧНІЙ СФЕРІ

Гнесін Ю.В., Ларка М.І., Сударкіна С.П.

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

Для теперішнього часу є дуже актуальним питання модернізації технологічного обладнання в різних сферах господарства. Особливого значення такі проблеми набувають для енергетичного сектору у зв'язку з глобальними тенденціями світової економіки. В даному випадку мова йде про традиційні, широко вживані установки та обладнання, які також потребують оновлення та модернізації. Сучасна практика свідчить про те, що ці роботи з одиничних, випадкових перетворилися на систему. Крім того, важливо те, що вона підтримується як спеціальними програмами, так і фінансовими бонусами, які можна одержувати за високі показники енергозбереження завдяки певним новаціям і використовувати їх на подальший розвиток робіт з підвищення енергоефективності. Прикладом такої системи можна вважати програму LEED, яка використовується для сертифікації охолоджуючих установок в житловому та промисловому будівництві та базується на нормативах, розроблених радою з екологічного будівництва США (USGBC). Ця система визнана відповідними установами у більш ніж 165 державах світу. В основі системи лежить бальний метод. Бали нараховуються по 9-ти категоріях оцінювання, серед яких ефективність використання води, енергії, енергозбереження, застосування екологічно чистих матеріалів та ресурсів, надійність експлуатації, вплив на зовнішнє середовище тощо. За сумою балів визначається 4 рівня об'єкту: перший – для суми балів до 50-ти; другий (срібло) – для суми балів 50-59; третій (золото) – для суми балів 60-69 і вищий (платина) – для суми балів 80+. В окремих випадках ця система може бути доповнена спеціальними стандартами ефективності, як це зроблено для оцінювання систем опалювання, кондиціонування та вентиляції (HVAC) американським товариством інженерів ASHRAE. В цьому ж напрямі можна визначити британську систему BREEAM, яка широко використовується в країнах Європи. Існують також інші, принципово схожі системи оцінювання зі своїми специфічними показниками та градацією ступенів якості.

Використання таких програм дозволяє одержати певний рейтинг однієї із всесвітньо визнаних незалежних системи оцінювання, що, в свою чергу, може бути трансформоване в поліпшення умов кредитування заходів з енергозбереження.

Таким чином, це створює певний організаційний ланцюжок, а саме: покращення техніко-економічних показників діючого обладнання – відповідний рівень якості за обраною системою (LEED, BREEAM тощо) – можливість отримання пільгових кредитів на реалізацію проектів та заходів з енергозбереження.

ПРОБЛЕМИ МІЖНАРОДНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

Говеля А.В.

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

На сучасному етапі соціально-економічного розвитку України, з метою забезпечення комплексного підходу щодо формування сприятливого інвестиційного клімату в Україні, а також активізації інвестиційної діяльності Указом Президента України була затверджена "Програма розвитку інвестиційної діяльності України на період 2016-2018 рр. ".

Світова практика показує, що іноземні інвестиції сприяють процесу модернізації країн з перехідною економікою та їх включення в загальносвітову економічну систему. Можна виділити основні позитивні аспекти залучення іноземних інвестицій:

стабілізація господарського і фінансового становища;

активізація малої і середньої ніші підприємницької діяльності;

модернізація, наслідком якої є збільшенням і розширення експорту, формування конкурентного середовища, позитивний вплив на платіжний баланс країни.

Нинішнє становище економіки України, призводить до пошуку різних джерел інвестування внутрішніх процесів і створення ринкової інфраструктури. Необхідність іноземних інвестицій в економіку України обумовлена низкою причин:

необхідність поповнення обмежених внутрішніх накопичень капіталу і забезпечувати їх фінансування;

роль іноземних інвестицій в забезпеченні ноу-хау;

роль іноземних інвестицій у зовнішньоекономічній середовищі ринків.

Досвід країн, що залучають іноземний капітал, показує, що для масштабного і активної участі в процесі залучення міжнародних інвестицій необхідно збалансовувати норми прибутку, рівні ризику, стимули і гарантії. Так, наприклад, в Англії, США, Франції існують податкові пільги, як звільнення від податків на прибуток на 10 років і зменшення земельного податку.

Таким чином, Україна може використовувати досвід іноземних держав для подолання інвестиційної кризи. Явно, що система заходів повинна бути стабільною, необхідно застосовувати, диференційований підхід до стимулювання інвестицій.

СПОСОБИ ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ НА ПРИКЛАДІ ІТ-КОМПАНІЙ

Гололобова О. М.

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

Ефективне управління неможливе без розуміння мотивів і потреб людини і правильного використання стимулів до праці. Чому деякі люди в одних і тих же умовах працюють з інтересом і задоволенням, а інші бурчать і всім незадоволені? Чому для отримання високого результату одну людину потрібно похвалити, а іншому більше заплатити? Відповіді на ці питання можна легко знайти розглянувши способи мотивації, які найбільш використовуються в ІТ-компаніях як в Україні, так і по всьому світу.

Інформаційні технології - найбільш затребувана спеціальність на сьогоднішній день на ринку праці: за ІТ-фахівцями «полюють», їх перекупувають і намагаються утримати не тільки фінансовими, але нематеріальними благами. В першу чергу нас цікавить, які фактори забезпечують комфортну роботу ІТ-фахівців в компанії. Набір основних мотиваторів, в цілому, досить стандартний. Розглянемо основні з них.

Зарплата. Цей фактор прийнято вважати найпростішою і дієвою мотивацією праці, проте для збільшення і підтримки рівня мотивації і, отже, ефективності роботи співробітників, ІТ-компанії виявили, що має сенс також вводити бонусну або преміальну грошову частину.

Графік. Прихильність робочому графіку «з 9 до 6», як єдино правильному і загальноприйнятому, переживає свій спад останнім часом. Тому можливість вибирати графік роботи є важливим мотивуючим фактором, що сприяє індивідуальному підходу до оптимізації працездатності співробітника.

Соцпакет. На сьогоднішній день компанії пропонують соціальні пакети, які можуть складатися з таких компонентів, як медична страховка і страховка від нещасних випадків, мобільний зв'язок, обіди, фітнес, службовий ноутбук, домашній інтернет, компенсація навчання, знижки на товари / послуги, вироблені компанією, і т. д.

Звичайно, існує багато інших способів мотивації, що застосовуються в ІТ-сфері, таких як гарний колектив, можливість професійного росту, цікаві завдання, проведення різноманітних тренінгів та корпоративів, присвоєння звання або титулу, комфортні умови праці та інші.

Усе вище переглянуте доводить, що мотивація є дійсно дуже важливою, а її способи, які успішно застосовуються в ІТ-компаніях по всьому світу, повинні обов'язково бути використані також й в інших галузях України.

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА-СУБ'ЄКТА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Голубєва О.В., Чепенко С.В.

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

Стратегічний аналіз є початковим етапом розробки стратегії діяльності підприємства, яка ґрунтується на дослідженні та оцінці внутрішнього та зовнішнього середовища та визначенні його конкурентної позиції.

Конкуренція це необхідна умова розвитку не тільки компанії та ринку, а соціуму в цілому. Тож не дарма її прозвали «двигуном прогресу». Світ змінюється неймовірно швидко саме завдяки конкуренції. Вона притаманна не тільки бізнесу, ми бачимо її скрізь, наприклад, у політиці, між різними країнами, міжнародними організаціями, навіть у природі.

Конкурентна позиція, в теорії конкуренції, – це певне місце фірми, яке вона займає, по відношенню до конкурентів та інших суб'єктів в процесі її професійної діяльності [1]. Також автори розглядають конкурентну позицію підприємства як «складну та багатогранну категорію ринкової економіки, яка показує місце даної фірми на відповідному сегменті або секторі ринку у співвідношенні з її конкурентами» [3].

Мета оцінки конкурентної позиції – це визначення свого положення, шляхом поглибленого аналізу, по відношенню до конкурентів, з метою досягнути вигідного становища, яке буде сприяти ефективному розвитку та забезпечить фірму від існуючих та потенційних конкурентів.

Для оцінки конкурентної позиції використовуються такі методи, як:

1. SWOT – аналіз, він допомагає визначити переваги та недоліки підприємства;

2. Методика позиціонування сильних та слабких сторін потенціалу конкурентоспроможності підприємства, де порівняння зважених оцінок компанії та її конкурентів дозволить визначити їхні конкурентні позиції; [2]

3. Матричний метод (розроблений Бостонською консалтинговою групою). Сутність оцінки полягає в аналізі матриці, побудованої за принципом системи координат.

Підводячи підсумки, слід зазначити, що стратегічний аналіз конкурентної позиції підприємства – це необхідна умова виживання та ефективного розвитку компанії, тому що на сучасному етапі складніше залишатись конкурентоспроможним, через швидкий розвиток усіх галузей виробництва та ринку послуг, у порівнянні з минулими десятиріччями.

Література:

1. Рубін Ю. Б. Конкуренція: впорядкована взаємодія в професійному бізнесі. М.: Маркет ДС, 2006. - 2-е вид. - 458 с.

2. Вачугов Д.Д., Основи менеджменту / Д.Д. Вачугов, Т.Е. Берізкіна. - М.: Вища школа, 2011. - 376 с.

3. Котлик А.В. Дослідження сутності ключових понять теорії конкурентоспроможності підприємства та зв'язків між ними / А.В. Котлик // Управління розвитком. - 2011. — №4. - С.135-136

FORESIGHT: ОТ ПРОГНОЗА ДО СЦЕНАРИЕВ РАЗВИТИЯ

Горбунов Н.П., Яценко О.Н.

*Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт», г. Харьков*

Одной из причин экономической нестабильности Украины есть отсутствие стратегии и альтернативных путей развития, учитывающих имеющиеся возможности и ограничения.

Разработка стратегии и государственной политики, выработка сценариев развития – дорожных карт, должны начаться с долгосрочного прогнозирования. В наше время, для решения этих целей во многих государствах мира используют самую эффективную технологию, объединившую достижения прогнозирования и стратегического планирования развития будущего общества – систему методов форсайт (Foresight). Методология форсайт, зародившаяся в 1950-х годах и впервые используемая американской корпорацией RAND, в дальнейшем получила широкое применение в Японии и многих государствах Западной Европы, Юго-Восточной Азии. Первые пробные попытки сделаны и в Украине, но широкого применения еще не получили.

Применение форсайт технологий обосновывается:

- социально-экономическими проблемами в государстве;
- необходимостью выхода на мировые рынки путем повышения научно-технологического уровня развития производства, активизации инновационной деятельности;
- отсутствием продуктивного взаимодействия между государством, бизнесом и населением страны;
- необходимостью разработки альтернативных направлений будущего развития государства;
- необходимостью создания сети субъектов - участников по разработке путей развития будущего государственных и хозяйственных систем (привлечение органов власти, бизнеса, населения и др.);
- необходимостью поиска и активизации резервов хозяйствующих структур,
- необходимостью обоснования и мотивации изменений.

Первоначально сферой исследования форсайта были наука и технологии. Сегодня метод вышел за эти рамки. Так, Европейская сеть European Foresight Monitoring Network, насчитывая более двух тысяч проектов, спектр которых, от крупных национальных прогнозов развития науки, технологий, образования до исследования перспектив телевидения для детей.

Таким образом форсайт это:

- возможность исследования перспективного будущего;
- достижение диалога между обществом, политиками, экспертами, бизнесом;
- поиск новых возможностей государственного управления;
- развитие современных экономических структур государства;
- возможность формирования вектора ориентации движения экономики.

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ВИРОБНИЧОГО АУТСОРСИНГУ

Горова К.О., Горовий Д.А.

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

Аутсорсинг дозволяє створити розгалужену мережеву організацію навколо головного підприємства, що володіє торгівельною маркою або брендом та надає усі інші бізнес-процеси, включаючи виробництво, стороннім виконавцям. Заключення аутсорсингової угоди не тільки забезпечить українські підприємства замовленнями, але й дозволить їм залучати матеріальні, фінансові, інтелектуальні та інші ресурси замовника. Це сприятиме виведенню промислових підприємств з кризи та пожвавить їх інноваційний розвиток. Проте, закордонні замовники неохоче розглядають Україну в якості ділового партнера, зважаючи на політичну та економічну нестабільність в країні, тінізацію економіки, важкий фінансовий стан промислових підприємств та зношеність їх матеріальної бази. Але Україна має і певні переваги. Більшість машинобудівних підприємств та науково-дослідних установ України було створено ще у радянські часи. Майже усі вони не були економічними суб'єктами із замкнутим циклом виробництва, а займалися розробкою та виготовленням окремих деталей та вузлів. Можна сказати, що вітчизняні промислові підприємства були створені як виробничі аутсорсери, або кінцеві виробники, що передавали на аутсорсинг частину виробничого циклу іншим підприємствам СРСР. В Україні працює велика кількість наукових організацій та вищих навчальних закладів, які готують висококваліфікованих фахівців, що дозволить забезпечити кадрами високотехнологічне виробництво. Тому можна сказати, що вітчизняні промислові підприємства мають передумови для виходу на світовий ринок виробничого аутсорсингу. Для підсилення їх конкурентних позицій необхідно приділити увагу забезпеченню безперервного підвищення кваліфікації персоналу, розробити механізм фінансування оновлення матеріальної бази підприємств за участі замовника аутсорсингових послуг при укладанні довгострокової угоди із забезпеченням державних гарантій, стимулювати фінансування інноваційної діяльності підприємств шляхом введення пільгового оподаткування та розширення державної підтримки інноваційних підприємств на конкурсній основі, поглибити спеціалізацію підприємств з виконання певних стадій виробничого циклу або видів продукції, забезпечити розвиток транспортної інфраструктури, залучення України до міжнародних транспортних коридорів та уніфікацію транспортних мереж, забезпечення стійкого швидкісного зв'язку. При реалізації наведених пропозицій вітчизняні промислові підприємства можуть стати потужними гравцями на міжнародному ринку виробничого аутсорсингу, зважаючи на їх географічне положення та близькість до країн ЄС. Це пожвавить економіку України, дозволить створити велику кількість робочих місць, отримати додаткові податкові надходження до бюджету й стане початком відродження української промисловості.

НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Горшкова О.О.

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

Кожне підприємство прагне до одержання максимально можливого прибутку. Найважливішими факторами збільшення прибутку підприємства, у традиційному представленні, є збільшення ефективності використання трудових і матеріальних ресурсів [1].

З усіх елементів соціально-економічної системи підприємства тільки персонал володіє здатністю активно і самостійно реагувати на динамічні зміни господарського середовища, поєднуючи у часі і просторі усі інші компоненти [2].

Використання логістичного підходу в управлінні персоналом підприємства дозволяє поєднати і оптимізувати трудові потоки з метою ефективного використання потенціалу працівників [3, 4].

Ефективність управління і результативність організаційної діяльності в складних умовах, які висувають підвищені вимоги до персоналу, в багато чому визначаються застосуванням соціально-психологічних методів в управлінні персоналом [5].

Важливою складовою механізму господарювання на виробничому рівні було і залишається нормування праці. Сутність нормування праці полягає у проектуванні раціональних трудових процесів і встановленні прогресивних, обґрунтованих норм праці [6].

Література:

1. Кучинський В. А. Підвищення ефективності процесу управління продуктивністю праці на підприємстві / В. А. Кучинський // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2012. – № 15. – С. 162-168.
2. Кучинський В. А. Визначення напрямків розвитку кадрового потенціалу підприємства / В. А. Кучинський, О. В. Мазенков, І. С. Локтіонова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2014. – №33 (1076). – С. 148-154.
3. Кучинський В. А. Інноваційні технології в менеджменті персоналу і управлінні виробничими системами / В. А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 127-130.
4. Кучинський В. А. Складові ефективного управління підприємством і його персоналом в умовах інноваційного розвитку / В. А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 121-124.
5. Кучинський В. А. Сучасні підходи до ефективного управління поведінкою персоналу для підвищення продуктивності праці / В. А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 46 (1267). – С. 166-169.
6. Кучинський В.А. Розробка та застосування якісних нормативів праці як основа підвищення ефективності роботи підприємства / В.А. Кучинський, Д.Ю. Крамської // Бізнес інформ. – 2013. – №4. – С. 293–298.

УМОВИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКОВАНОГО ЗРОСТАННЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Гризівська Л.О., Гаджук М.О.

Хмельницький національний університет, м. Хмельницький

Збереження здатності сучасного промислового підприємства до кількісного зростання і розвитку можливе лише завдяки вмінню своєчасно реагувати на нові ринкові ситуації, вмінню випередити конкурентів у реалізації нових ринкових можливостей. І така здатність формується в результаті цілеспрямованої і наполегливої роботи менеджменту підприємства у сфері розвитку організаційного знання – адже в ринковому бізнес-середовищі стійкі конкурентні переваги будь-якої економічної організації створюються в основному за рахунок власного інтелектуального капіталу. Нові ринкові виклики вимагають розвитку нових компетенцій, що підкреслюється багатьма науковцями. І без зміни концептуальних підходів до управління розвитком організаційного знання, до набуття нових компетенцій, особливо необхідних для створення й реалізації інновацій, що будуть позитивно сприйняті споживачами, вітчизняні промислові підприємства не мають шансів утвердитися на ринках розвинених країн.

Тому нагальність питань виходу на нові ринки для більшості вітчизняних підприємств спонукає їх керівників до розробки принципово нових зразків продукції, які могли б бути затребувані на цих ринках, а відтак – до диверсифікації виробництва.

Диверсифікація (лат. *diversus* – різний, віддалений і *facere* – робити) – розширення підприємствами номенклатури продукції, що ними випускається.

Диверсифікація найчастіше розглядається з позицій роботи з ринком, а саме: 1) як складова набору стратегій – для проникнення у нові сфери діяльності, не характерні для підприємства; 2) як одна з маркетингових стратегій – для розробки і випуску нової продукції для нових ринків. Кожне із поданих вище формулювань окреслює певні можливості та характеристики диверсифікації, які взаємодоповнюють одна одну. Наприклад, коли формується набір стратегічних альтернатив для корпоративної стратегії. Тому диверсифікацію підприємства є однією із стратегічних альтернатив, яка обирається з огляду на тенденції ринкової кон'юнктури і забезпечує зростання і розвиток підприємства за рахунок створення нових бізнес-ліній, у яких підприємство здатне сформувати стійкі конкурентні переваги [1, с.173]. І стратегія диверсифікованого зростання націлена на розширення напрямів діяльності через освоєння виробництва і виведення на ринок такої нової продукції, яка відповідає очікуванням значної кількості споживачів і має для них значну споживчу цінність, що забезпечує підприємству суттєве зростання обсягу доходів.

Література:

1. Соколюк Г.О. Стратегія диверсифікації в реалізації завдань виходу підприємства на міжнародні ринки / Г.О. Соколюк // Підприємництво і зовнішньоекономічна діяльність: можливості і ризики України: монографія / за заг. наук. ред. проф. М.А. Йохни. – Хмельницький: ХНУ, 2013. – С.172-196.

**АНАЛІЗ СУТНОСТІ ПОНЯТЬ «ФІНАНСОВИЙ НАГЛЯД»,
«ФІНАНСОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ», «ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛЬ» ТА
«ФІНАНСОВИЙ МОНІТОРИНГ»**

Гриценко Л.Л., Духно Ю.О.

Сумський державний університет, м. Суми

Ефективність функціонування всіх суб'єктів інфраструктури фінансового ринку значною мірою залежить від здійснення фінансового нагляду, регулювання, контролю та моніторингу, чіткої організації їх виконання, дотримання законодавчих та нормативно-правових актів тощо. Тому існує необхідність проведення детального аналізу сутності зазначених понять.

В науковій літературі різниця між термінами «фінансовий нагляд» та «фінансове регулювання» є досить розмитою. Поняття фінансового регулювання розкрито у Законі України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», визначення поняття «фінансовий нагляд» у законодавчій базі відсутнє. Проте ключовою відмінністю даних понять доцільно вважати те, що фінансове регулювання являє собою процес створення та виконання встановлених норм і правил діяльності фінансових установ, а фінансовий нагляд передбачає діяльність держави для забезпечення дотримання фінансовими посередниками вимог стосовно їх діяльності з метою забезпечення стабільного функціонування фінансового сектора країни.

Чітке розмежування відсутнє і між поняттями «фінансовий нагляд» та «фінансовий контроль». Проте, найбільш доречно вважати нагляд окремим видом (формою) контролю. Основна відмінність полягає в тому, що фінансовий нагляд передбачає лише виявлення існуючих порушень вимог законодавства, тоді як в межах контролю може здійснюватися припинення протиправної діяльності суб'єктів фінансового сектору чи притягнення винних до відповідальності. Тобто нагляд спрямований виключно на дотримання норм законодавства, у той час як контроль забезпечує законність, дотримання дисципліни та правопорядку і здійснення заходів впливу щодо суб'єктів фінансового сектору.

Що стосується фінансового моніторингу, то його слід розглядати як складову фінансового нагляду (чи фінансового контролю). Особливістю, яка відрізняє його від фінансового нагляду, є спрямування саме на виявлення операцій, пов'язаних з відмиванням доходів, отриманих злочинним шляхом, та фінансуванням тероризму. Тобто відповідно до Закону України «Про запобігання та протидію легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, або фінансуванню тероризму» фінансовий моніторинг спрямований на відстеження лише умисних порушень, здійснених суб'єктами фінансового сектору, тоді як фінансовий нагляд передбачає виявлення всіх порушень (умисних і неумисних). Отже, для стабільної діяльності фінансової системи важливим напрямом державної політики є здійснення ефективного фінансового нагляду, регулювання, контролю та моніторингу. Наявність чітких відмінностей між сутністю даних понять дозволяє відділити фінансовий нагляд від інших форм діяльності держави та забезпечити його існування у вигляді окремого поняття.

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Гриценко Л.Л., Чорна С.В.

Сумський державний університет, м. Суми

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин фінансова безпека виступає гарантом ефективного та стійкого розвитку держави. Актуальним є дослідження основних підходів до визначення сутності поняття фінансової безпеки. В економічній літературі фінансова безпека розглядається як комплексне явище, що знаходиться під впливом дії низки чинників. Вона є ключовою складовою не лише економічної, а й національної безпеки країни та безпекою кожної людини [1]. Питаннями щодо сутності та характерних ознак фінансової безпеки займаються багато науковців та економістів. Вони констатують факт, що фінансова безпека країни – це складова економічної безпеки та підсистема національної безпеки країни. Практично немає жодного аспекту національної безпеки країни, який би безпосередньо чи опосередковано не залежав від рівня її фінансової безпеки.

Дослідження, що базується на даних, наявних на рівні NUTS, підтверджує існування взаємозв'язку між рівнем економічного розвитку національних економік та станом здоров'я окремо взятої господарюючої одиниці [2]. Даний зв'язок описує стан здоров'я суспільства в окремих державах та регіонах, що безпосередньо пов'язаний з економічною безпекою в країні.

Сьогодні в Україні Міністерством економічного розвитку і торгівлі розроблено методичні рекомендації щодо оцінки рівня фінансово-економічної безпеки в державі. Згідно даної методики фінансова безпека – це стан фінансової системи країни, за якого створюються необхідні фінансові умови для стабільного соціально-економічного розвитку країни, забезпечується її стійкість до фінансових шоків та дисбалансів, створюються умови для збереження цілісності та єдності фінансової системи країни [3].

Таким чином, фінансова безпека є складною багаторівневою системою, яку утворюють ряд підсистем, а саме вона включає складові банківської, небанківської, боргової, бюджетної, валютної та грошово-кредитної безпеки.

Своєчасна діагностика і моніторинг даних складових та усунення небезпек, що існують, дозволяють посилити рівень всієї безпеки держави.

Література:

1. Hacker, J., Rehm, Ph., & Schlesinger, M. (2010). Americans' experiences with economic insecurity. Washington: The Rockefeller Foundation, 36 p. Available at: <http://voices.washingtonpost.com/ezra-klein/ESI%20report%20embargo.pdf>.
2. Jakubowska, A., & Horváthová, Z. (2016). Economic Growth and Health: a Comparative Study of the EU Countries, *Economics and Sociology*, Vol. 9, № 3, pp. 158-168. Available at: http://www.economics-sociology.eu/files/ES_9_3_Jakubowska_Horvathova.pdf.
3. Методичні рекомендації щодо розрахунку рівня економічної безпеки України [Електронний ресурс] / Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – Режим доступу: http://cct.com.ua/2013/29.10.2013_1277.htm.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ КОМПАНІЙ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

Грінько І. М.

Національний технічний університет України

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

Технологічна революція вплинула на інноваційний економічний розвиток країн світу, і зокрема компаній у міжнародному бізнесі. Галузь фінансових технологій ґрунтується на використанні технологій та інновацій компаній для можливості їх конкурувати з традиційними фінансовими організаціями, якими є банки та посередники ринку банківських послуг. Термін «фінансові технології» застосовують для компаній, що використовують передові технології на стику розвитку фінансової системи та ІТ-сфери. Активний розвиток галузі фінансових технологій (далі «ФінТех») розпочався у 2014 році. Загальний обсяг інвестицій у ФінТех-сектор у 2016 році налічував понад 17,5 млрд доларів США. Наймасовішими сегментами застосування ФінТех-технологій є банківські перекази і платежі, сукупний обсяг яких становив 500 млрд доларів США [1].

Компанії, зайняті в зазначеній індустрії, варто поділити на дві групи: стартапи, які надають технічні рішення для наявних фінансових компаній; стартапи, які працюють безпосередньо зі споживачами фінансових послуг [2]. ФінТех компанії здійснюють свою діяльність за наступними напрямками [2]: управління особистими фінансами (впровадження мобільних і десктопних програм); платежі (прогресивніші підходи до фінансових транзакцій); кредитування P2P (peer-to-peer) (стартапи у сфері кредитування без участі банківської установи); інвестиційні платформи (у тому числі із застосуванням роботів-консультантів/robots-advisors); колективне фінансування; безпека (боротьба із шахрайством тощо); B2B-фінтех (напрямок вирішує проблеми розрахунків та обміну в бізнесі); грошові перекази; аналіз об'ємних даних, тобто наборів інформації; PerTex – особливий, унікальний напрям інновацій, що надає можливість швидко та автоматизовано адаптувати бізнес до змін законодавства та умов ринку; InsreTech – стартап у сфері страхових технологій, який пропонує автоматизовані страхові продукти, у тому числі мобільні додатки; штучний інтелект; блокчейн; необанки; криптовалюта та інші.

Більшість ФінТех-провайдерів цікавляться інвестиціями для збільшення масштабу свого бізнесу. Як свідчать дані [1], 72% компаній готові залучати інвестиції, приймати та направляти їх саме на розвиток своєї господарської діяльності у міжнародному бізнесі. ФінТех-компанії використовують власні кошти для фінансування операційної діяльності у міжнародному бізнесі, значна частина (49%) шукає фінансування у зовнішніх інвесторів. Ефективність застосування фінансових інноваційних технологій компаній у їх міжнародному бізнесі можна досягти шляхом модернізації фінансової системи на основі поєднання фінансових, інформаційних, телекомунікаційних технологій та удосконалення вище зазначених напрямів діяльності і їх ефективною взаємодією.

Література:

1. Укрінформ: Мультимедійна платформа іномовлення України. URL: <https://www.ukrinform.ua/>
2. Дудинець Л. А. Розвиток фінансових технологій як фактор модернізації фінансової системи / Глобальні та національні проблеми економіки. Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського. 2018. Вип. 22. С. 794-798.

ДОСЛІДЖЕННЯ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Громова Н.П.

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

В роботі розглянуто, яким важливим потенціалом для туристичної діяльності є природні рекреаційні ресурси (природно-заповідний фонд, ліси, зелені зони міст та приміських територій, водні ресурси).

Метою цього дослідження є оцінка значущості рекреаційно-туристичних ресурсів Харківського регіону для розвитку туристичної діяльності. В основу дослідження покладено методику запропоновану О.О. Бейдиком.

Одним з основних чинників розвитку рекреаційно-туристичної галузі регіону є рекреаційно-туристичні ресурси, до складу яких входять геологічні (спелеологічні), орографічні, кліматичні, водні, рослинні, фауністичні і ландшафтні ресурси.



Чинниками розвитку культурно-пізнавального туризму є природно-заповідний фонд та об'єкти культурної спадщини, мальовничості і розширюють його можливості використання для організації пішохідних маршрутів.

Загалом рельєф Харківської області можна оцінювати як сприятливий для розвитку рекреаційної і туристичної діяльності.

Серед природних рекреаційних ресурсів особливе місце посідають кліматичні, саме вони визначають просторову організацію туризму.

Природно-заповідний фонд (ПЗФ) Харківської області має унікальні цінні природні територіальні комплекси, є складовою національної мережі ПЗФ України і включає 220 територій та об'єктів загальною площею 53 тисячі гектарів, що становить близько 2 % від загальної площі нашого регіону.

Література:

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія і методика аналізу, термінологія, районування: Монографія / О.О. Бейдик. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2001. – 395 с.
2. Харьковская область / А.П. Голиков, А.Л., Сидоренко и др.: Под ред. А.П. Голикова, А.Л. Сидоренко. – Харьков: РВП «Оригінал», 1993. – 128 с.
3. Харьковская область: Природа, население, хозяйство. – 2-е изд., перераб. и доп. / А.П. Голиков, А.Л., Сидоренко и др.: Под ред. А.П. Голикова, А.Л. Сидоренко. – Х.: Бизнес Информ, 1997. – 288 с.

АЛЬТЕРГЛОБАЛІЗМ ТА ТРАНСФОРМАЦІЙНА ЕКОНОМІКА

Губанова Н. Н., Климова С. О.

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

У сучасному світі процеси глобалізації відіграють значну роль та впливають на усі сфери життя суспільства. Необхідно відзначити що глобалізація має як переваги так и недоліки. В ході дослідження проаналізовано неоднозначний вплив глобалізації на світове господарство, економічну безпеку держав і розподіл між ними виникаючих господарських вигід та загроз.

Негативні явища викликані глобалізацією породжують низку проблем таких як глобальної нерівномірності економічного і соціального розвитку, поглиблення розриву між товарними і фінансовими ринками, національної та релігійної нетерпимості, створення глобальної мережі злочинного бізнесу, міжнародного тероризму; втрати національної ідентичності, руйнування звичайного способу життя, ціннісних орієнтирів, стандартизації національних культур; транснаціоналізації екологічних, економічних, технологічних проблем, глобальної ядерної катастрофи.

Альтерглобалізм (альтернатива глобалізму) – це теорія й ідеологія демократичної глобалізації, ідейно-політичного обґрунтування нового світового порядку з позицій широкої демократичної громадськості.

Альтерглобалізм – соціально-політичний рух, який виник наприкінці ХХ ст. і виступає за глобалізацію в інтересах громадян. Він ставить за мету змінити основні параметри глобалізації.

У відповідь на матеріалізацію світу альтерглобалізмом висувуються широкі гуманні, соціальні, культурні, екологічні гасла – скасування боргів країнам, що розвиваються, встановлення демократичного контролю над фінансовими ринками та їх інститутами, надання права на працю і гідну заробітну плату, вимоги до екологізації виробництва, рівноправ'я між статями, заборона на примусову та дитячу працю, захист прав етнічних меншин і багато інших.

Можливо зазначити що альтерглобалізм відіграє важливу роль у трансформаційної економіці, спрямований у своєї діяльності на зміцнення системи самоуправління та протидію укріплення влади корпоративного капіталізму, що сприятиме побудови нової моделі глобалізації та покращенню рівня життя на засадах глобального світового співвідношення. Таким чином в умовах трансформаційних процесів подальше дослідження альтерглобалізму є необхідним для досягнення соціально-економічної стабільності суспільства.

МОНІТОРИНГ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ

Гуцан О.М.

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

Якісне функціонування підприємства напряму залежить від ефективного сприйняття працівником запропонованої системи мотивації, а отже і прихильності його до корпоративної системи цінностей. Дослідження систем мотивації та їх ефективності – є актуальними задачами. Дослідження різних аспектів мотивації робились як видатними вченими [1] так і автором [2]. Головним призначенням проведення системи заходів щодо моніторингу мотиваційної системи – це визначення ступеня ефективності існуючої системи та, у разі необхідності, запропонування відповідних теоретичних та практичних рекомендацій щодо її поліпшення. В рамках проведення моніторингу мотиваційних систем, в класичному розумінні, виділяють декілька етапів, які забезпечують успішність проведення зазначеного заходу [1]: 1) визначення проблемного напрямку, 2) створення відповідної групи з фахівців для подолання проблеми, 3) збір та аналіз відповідної інформації, 4) розробка системи рекомендацій щодо виявленої мотиваційної проблеми, 5) реалізація системи заходів та відповідних коригуючих дій, 6) дослідження ефективності системи заходів. Проведення системи заходів щодо мотиваційного моніторингу може бути покладено на: 1) компетентних співробітників компанії, 2) експертів з відповідної галузі, 3) залучення консалтингових чи аудиторських компаній.

Використання в практичній діяльності підприємства та мотиваційних менеджерів заходів мотиваційного моніторингу, та дотримання відповідного алгоритму їх реалізації, дозволить підвищити ефективність всієї системи мотивації підприємства, оскільки дозволяють відслідковувати певні відхилення, та вносити вчасні корегуючі дії.

Література:

1. Колот А.М. Мотиваційний менеджмент: підручник / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. — К.: КНЕУ, 2014. – 479 с.
2. Pererva Petro Evaluating elasticity of costs for employee motivation at the industrial enterprises / Petro Pererva, Oleksandr Hutsan, Valerii Kobieliev, Andrii Kosenko, Volodymyr Kuchynskiy // Problems and Perspectives in Management. - Volume 16.- Issue №1.- 2018.- pp. 124-132..
3. Гуцан О.М. Дослідження сутності мотиваційних теорій: сучасні, теорії атрибуції та поля. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Збірник наукових праць. – Х. : НТУ «ХПІ». – 2017. - №24 (1246). – 160 с., С. 26 - 30
4. Гуцан О. М. Мотиваційний потенціал працівника як резерв розвитку підприємства / П. Г. Перерва, О. М. Гуцан // Економічні науки. Серія : «Економіка та менеджмент». – Луцьк : Луцький національний технічний університет, 2014. – Випуск № 11 (42). – С. 233–243
5. Кучинський В. А. Складові ефективного управління підприємством і його персоналом в умовах інноваційного розвитку / В. А. Кучинський // Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 121-124.
6. Кучинський В. А. Сучасні підходи до ефективного управління поведінкою персоналу для підвищення продуктивності праці / В. А. Кучинський // Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 46 (1267). – С. 166-169.

СОЦІАЛЬНИЙ ПАКЕТ ЯК ПРОВІДНА ФОРМА МОТИВАЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Гуцан О.М.

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

Успішна діяльність сучасного підприємства напряму залежить від функціонування ефективної системи мотивації. Ведуться досить багато досліджень в галузі мотивації щодо удосконалення ефективності системи мотивації [1-6]. Серед всього різноманіття класичних та сучасних форм мотивації – чільне місце займає і соціальний пакет. Згідно до визначення Колота А.М. [1] соціальний пакет — це сукупність системи винагород (виплат, заохочень та ін.) соціальної спрямованості, що не пов'язані з кількісно-якісними показниками праці, які надаються індивідуумам за те, що вони є працівниками підприємства. Основними елементами соціального пакету, на більшості підприємств, є [1]: «біла» заробітна плата, що виплачується в повному обсязі, оплата листів непрацездатності, надання відпустки соціальних благ у встановленому порядку. Впровадження зазначених елементів доцільно виконувати на основі результатів соціологічних досліджень працівників. Також, виділяють певні підходи до формування соціальних виплат та заохочень [1]: 1) встановлення однакового набору всім працівникам, 2) формування соц. пакету відповідно до ієрархічної структури підприємства, 3) формування переліку відповідно до ґрейдів, 4) встановлення елементів соц. пакету відповідно до ґрейдів і груп з оплати праці, 5) формування у відповідності до заслуг працівника, 6) використання принципу «кафетерію», 7) формування переліку за принципом «шведського столу», 8) фінансова компенсація (монетаризація).

Використання такого напрямку мотивації як соціальний пакет є досить дієвим та ефективним інструментом впливу на працівника оскільки підкреслює важливість індивідуума для підприємства та сприяє прихильності.

Література.

1. Колот А.М. Мотиваційний менеджмент: підручник / А.М. Колот, С.О. Цимбалюк. — К.: КНЕУ, 2014. — 479 с.
2. Pererva Petro Evaluating elasticity of costs for employee motivation at the industrial enterprises / Petro Pererva, Oleksandr Hutsan, Valerii Kobieliiev, Andrii Kosenko, Volodymyr Kuchynskyi // Problems and Perspectives in Management. - Volume 16.- Issue №1.- 2018.- pp. 124-132..
3. Гуцан О.М. Дослідження сутності мотиваційних теорій: сучасні, теорії атрибуції та поля. Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки). Зб. наукових праць. – Х. : НТУ «ХПІ». – 2017. - №24 (1246). – 160 с., С. 26 – 30/
4. Гуцан О. М. Мотиваційний потенціал працівника як резерв розвитку підприємства / П. Г. Перерва, О. М. Гуцан // Економічні науки. Серія : «Економіка та менеджмент». – Луцьк : Луцький національний технічний університет, 2014. – Випуск № 11 (42). – С. 233–243
5. Кучинський В.А. Розробка та застосування якісних нормативів праці як основа підвищення ефективності роботи підприємства / В.А. Кучинський, Д.Ю. Крамської // Бізнес інформ. – 2013. – №4. – С. 293–298.
6. Кучинський В. А. Інноваційні технології в менеджменті персоналу і управлінні виробничими системами / В. А. Кучинський // Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 127-130.

ОСОБЛИВОСТІ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ РЕМОНТНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ НА ЗАРУБІЖНІ РИНКИ

Дагаз Н.Ю.

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

Рішення, що приймаються підприємством у напрямку зовнішньоекономічної діяльності, можуть мати стратегічний і оперативний характер. До найбільш важливих стратегічних рішень, що визначають всі подальші дії підприємства, належать:

- рішення про участь у тій чи іншій формі в міжнародному розподілі праці;
- рішення про вибір ринків і способів проникнення на них;
- рішення про стратегії ринкової поведінки підприємства на обраних ринках.

Підготовка і прийняття стратегічних рішень вимагає розробки комплексної програми міжнародної ринкової господарської діяльності підприємства, яка є невід'ємною частиною його загальної науково-технічної, виробничої, соціальної і фінансово-економічної діяльності.

Для підприємства важливо забезпечити надходження матеріалів та комплектуючих від таких постачальників, що знаходяться на невеликій відстані від підприємства.

Продукція, яка виробляється заводом, є технологічно специфічною і не має замінників. Цей факт свідчить про те, що є можливість нарощувати обсяги виробництва та реалізації продукції. Конкурентна боротьба ведеться лише в рамках даної галузі. Тому вплив на конкуренцію в галузі товарів-замінників можна оцінити як низький.

Зазначимо, що явного бар'єру входу в галузь немає з об'єктивних причин, оскільки побудувати новий завод по ремонту обладнання та виготовлення запчастин економічно недоцільно. Однак, оцінюючи цей вплив, слід враховувати кілька обставин:

1) Комбінати можуть організувати ремонтні майстерні та виконувати дрібні ремонти своїми силами, внаслідок чого підприємство втрачає контракти.

2) Зв'язки підприємств з комбінатами можна вважати довгостроковими. Але, у зв'язку з тим, що в теперішній час комбінати переходять у власність різних приватних осіб чи виробничих концернів, ніщо не заважає їм купувати для обслуговування своїх комбінатів заводи.

3) Нові гравці з'являються на ринку в основному в обличчі фірм-посередників заводів-виробників. Це спричиняє за собою підвищення ціни реалізації.

ФІНАНСУВАННЯ КРЕАТИВНИХ ГАЛУЗЕЙ НА ПРИКЛАДІ ОПЕРНИХ ТЕАТРІВ

Данько Т.В., Пелюхня П.Р.

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

На сьогоднішній день в світі спостерігається динамічний розвиток креативних галузей економіки. За даними ООН темпи зростання креативної економіки вдвічі перевищують темпи зростання сфери послуг і в чотири рази перевищуючи темпи зростання сфери промислового виробництва. З огляду на це, з початку 2000-х років підвищилася увага економістів до вивчення особливостей господарської діяльності та економічних процесів, зокрема, фінансування, у креативних галузях.

Метою роботи є визначення способів залучення коштів підприємствами креативної галузі на прикладі оперних театрів.

Таким чином, дослідження було проведене методом case study за допомогою аналізу фінансових звітів оперних театрів Ла Скала (Мілан, Італія) та Сіднейського (Австралія). Для порівняння обрано Львівський оперний театр. Варто зазначити, що Ла Скала та Сіднейський оперні театри є у власності міста, коли Львівська опера підпорядкована державі. Перелічені оперні театри переважно фінансуються державою чи з фондів місцевої адміністрації (Ла Скала – 41%, Сіднейський – 51%, Львівський – 80,7%). Більш того, існують приватні внески та патрони, які покривають інші витрати (Ла Скала – 20%, Сіднейський – 10%, Львівський – 1%). Варто зазначити, що Ла Скала та Сіднейський оперні театри є прибутковими, та мають як постійних партнерів, так і спонсорів окремих подій чи концертів. Наприклад, Сіднейський оперний театр має партнерські відносини з банком, що означає нижчий процент за позиками (1,5%) та покращені умови кредитування. Крім цього, Сіднейський театр генерує 40% свого прибутку за рахунок продажу сувенірів, екскурсій, ресторанної справи, продажу відео та аудіо кінотеатрам та іншим установам. Потрібно також додати, що оперні театри Сіднею та Ла Скала інвестують свої кошти у реструктуризацію та автоматизацію своєї роботи, що підвищує їхню ринкову вартість (Ла Скала на 5%, Сідней на 3% у порівнянні з минулим роком), а відповідно і інвестиційну привабливість. Серед статей витрат була виявлена закономірність у всіх трьох оперних театрах: більше 50% витрат йдуть на людський ресурс, залишкові кошти видатні опери вкладають переважно в будівництво та витрачають на амортизацію, в той час як Львівська опера витрачає на це тільки 5%.

У ході роботи був зроблений висновок, що українські оперні театри знаходяться у стані занепаду, абсорбуючи державні внески та не генеруючи прибуток. Львівському оперному театру потрібно реструктуризувати свою діяльність, переглянувши статті витрат та почати інвестувати у розвиток своєї діяльності. Методи створення сприятливих умов для інвестування українських оперних театрів потребують подальшого вивчення.

ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Дараган А.В.

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

З кожним роком все більше у світі поширюється глобалізаційні та інтеграційні процеси, тому ринкові відносини стають все більше тісні, розкриваються можливості виходу на нові ринки та утримання позицій на вже існуючих, тому перед підприємством ставиться стратегічна ціль в успішному управлінні фінансовим потенціалом, який відображає доцільність прийнятих рішень та підвищує конкурентоспроможність на ринку.

Під фінансовим потенціалом підприємства слід розуміти сукупність фінансових ресурсів та можливостей, якими забезпечене підприємство, з приводу яких на підприємстві виникають відносини, які спрямовані на досягнення максимального фінансового результату[1].

В сучасних економічних умовах виникає необхідність формування системи управління фінансовим потенціалом, яка зможе удосконалити розвиток підприємства на ринку. В першу чергу необхідно виділити управління ресурсами підприємства, що зможуть забезпечувати функціональність підприємства та підвищувати фінансові показники підприємства. По-друге необхідно розробити стратегічні цілі підприємства, які за допомогою ефективного управління фінансовим потенціалом забезпечують нових напрямків суб'єкту господарювання. По-третє удосконалення управління фінансовим потенціалом дозволить розширювати виробничі міцності підприємства, мінімізувати збитки та збільшити прибутки.

Отже, управління фінансовим потенціалом підприємства передбачає планування, організацію, контроль забезпеченості підприємства фінансовими ресурсами для ведення виробничо-господарської діяльності з урахуванням стратегічних перспектив, а також забезпеченість власним капіталом в обсязі, необхідному для виконання умов ліквідності та фінансової стійкості. Визначення фінансового потенціалу та якісне управління ним є однією з першочергових потреб підприємства та умовою забезпечення його ефективної діяльності[2].

Література:

1. Бондар А.І., Марченко В.М. Методичний підхід до оцінювання фінансового потенціалу підприємства.// Сучасні проблеми економіки і підприємництва. Випуск 20, 2017
2. Кузенко Т.Б., Сабліна Н.В. Методичні підходи до управління фінансовим потенціалом підприємства.// Актуальні проблеми економіки №4 (166), 2015 р.

МОТИВАЦІЙНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПЕРСОНАЛ

Дем'янова В.В., Побережна Н.М.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Мотивація – це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованості, орієнтованої на досягнення особистих цілей і цілей організації, тому, вважаємо доцільним врахування факторів впливу на задоволеність персоналу працею, до яких необхідно віднести наступні: а) економічні (заробітна плата; соціальні пільги та гарантії; доплати та премії; участь у прибутках підприємства); б) соціально-психологічні (мотивація цілями; нагородження за трудові досягнення подарунками, сувенірами; подяка винесена керівником на загальних зборах; повага, схвалення і підтримка з боку керівництва; сприятливий соціально-психологічний клімат; персональне поздоровлення керівництвом з нагоди свят; вираження подяки у ЗМІ; нагородження за винахідництво грамотами, медалями, путівками тощо); в) організаційні (гуманізація праці; професійне зростання; кар'єрне зростання; участь у справах підприємства; інформованість про роботу підприємства; цікава, соціально значуща робота з перспективою кар'єрного росту).

Інформація про використовувані системи й форми винагород працівникам, види преміювання та стимулювання працівників, особливості використання первинних документів, на наш погляд повинні відображатись у таких регламентних документах, як Наказ про облікову політику, Положення про винагороди працівникам, Положення про пенсійне забезпечення на підприємстві, Графік документообігу винагород працівникам та ін.

Література:

1. Побережна Н.М. Мотивація персоналу: теоретичний аспект / Н.М. Побережна, І. О. Бондаренко, К.В. Ковях // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2018": тр. 14-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 5-7 грудня 2018 р. / ред.: Т.В. Давидюк, Є.М. Строков ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" [та ін.]. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – С. 114-116.
2. Побережна Н.М. Напрямки удосконалення систем оплати праці персоналу підприємства / Н.М. Побережна, М.С. Пантелєєв, А.Г. Чижик // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2015. – № 25 (1134). – С. 104-110.
3. Побережна Н.М. Умови, чинники та резерви підвищення ефективності використання трудового потенціалу / Н.М. Побережна, І.В. Куліш // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2011. – № 30. – С. 136-139.
4. Побережна Н.М. Облік, аналіз та контроль трудових ресурсів: теоретичний аспект / Н.М. Побережна, Н.С. Максименко, С.М. Ложечник // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2018": тр. 14-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 5-7 грудня 2018 р. / ред.: Т.В. Давидюк, Є.М. Строков ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т" [та ін.]. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – С. 50-52.

ФОРМУВАННЯ РИНКУ ПОСЛУГ ПО ВІДНОШЕННЮ ДО КІНЦЕВОГО СПОЖИВАЧА В СФЕРІ ЕНЕРГЕТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Дзига Ю. Р., Проскурня О.М.

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

В роботі приділяється увага до питання реалізації функцій енергоменеджера як спеціаліста при формуванні послуг по відношенню до кінцевого споживача в сфері енергетичного менеджменту. 23 липня 2018 року набув чинності Закон України «Про енергетичну ефективність будівель», в якому згідно статті 9 цього Закону енергоаудитори та енергоменеджменти повинні пройти професійну сертифікацію в комісіях, творених установами вищої освіти або саморегульовані організації в сфері енергоефективності. В визначенні енергетичного менеджменту варто виділити саме слово «оптимізація», адже енергетичний менеджмент виконує безліч функцій, які всі зводяться саме до оптимізації енергетичних витрат.

Хоча сфера енергетичного менеджменту відносно нова, вона існувала давно, але не у вигляді окремого напрямку. Формування ринку послуг по відношенню до кінцевого споживача – це ринок, де енергоменеджер може реалізувати свої функції з метою реалізації потреб кінцевого споживача. Узагальнюючи цей ринок послуг у сфері енергетичного менеджменту можна виділити два основних напрямки реалізації функцій енергоменеджера як спеціаліста:

1. Через посередника: в основному, це коли енергоменеджер працює на виробництві. Існує навіть ряд виробництв, які не можуть функціонувати без енергоменеджера. В даному випадку енергоменеджер і споживач виступають в ролі одного цілого. Також існують окремі фірми, які займаються енергоменеджментом на тих підприємствах, які не потребують постійних послуг енергоменеджера. Серед переваг цього напрямку зазначимо, що кінцевий споживач переважно однотипний (енергоменеджер постійно працює зі знайомим обладнанням і тому подібне). А також це стабільність праці (в порівнянні з ним, коли енергоменеджер працює у вигляді приватного підприємця). Серед недоліків у мене лежить лише один пункт: це низькі темпи кар'єрного росту.

2. Робота енергоменеджера як приватного підприємця. Основним напрямком роботи є проведення енергетичного аудиту. До переваг можна віднести затребуваність, різноманітність кінцевих споживачів. Як недолік зазначаємо широкий спектр надання послуг, що потребує постійний розвиток та навчання.

Аналізуючи міжнародний досвід формування ринку послуг по відношенню до кінцевого споживача в сфері енергетичного менеджменту і правого регулювання дозволяє зробити висновок про те, що новий закон України «Про енергетичну ефективність будівель» дозволить чітко реалізувати основний перелік функцій та вимог до фахівців в сфері енергетичного менеджменту. Підвищити якість ринку цих послуг можливо за рахунок впровадження стандарту ISO 5001.

АНАЛІЗ НАУКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Дибач І.Л.

*Національний університет кораблебудування ім. адм. Макарова,
м. Миколаїв*

Особливої уваги заслуговує аналіз наукового потенціалу закладів вищої освіти в Україні в останнє десятиріччя. Чисельність осіб, які навчаються в докторантурі, має незначні коливання і складає в середньому 1500 осіб [1; 2]. Більш того, кількість бажаючих отримати ступінь доктора наук у 2017 році в порівнянні з 2000 роком збільшилась майже на 50%. Деяка інша ситуація з навчанням в аспірантурі. Максимальна кількість здобувачів наукового ступеня кандидата наук спостерігається у 2009-2011 рр., потім відбувається суттєвий спад, майже до рівня 2000 року й після того так само відбувається поступове зменшення кількості аспірантів.

Важливим показником, що демонструє резерви посилення наукового потенціалу ЗВО є якісна складова підготовки аспірантів та докторантів. Очікуваним результатом навчання в аспірантурі чи докторантурі має стати захист дисертації. За відомостями, що містяться у [1; 2], можемо констатувати, що якісний показник підготовки наукових кадрів залишається на низькому рівні. Так, у 2017 році питома вага осіб, що захистили кандидатську дисертацію склала 23,6%, частка тих, хто здобув науковий ступінь доктора становить 28,2%. Варто зазначити, що кількість закладів, які здійснюють підготовку докторантів має стабільну тенденцію до збільшення: від 255 закладів у 2010 році до 277 у 2017 році. Зворотню тенденцію спостерігаємо щодо закладів, які мають аспірантуру: зменшення з 513 установ в 2010 році до 475 у 2017 році.

Крім наведених кількісних характеристик, окремі науковці відзначають [3, с. 186], що не відбувається істотного посилення взаємозв'язку освітнього та наукового секторів економіки. Така ситуація має вкрай негативні наслідки, оскільки, як свідчать і чисельні публікації і спостереження за практикою, недостатні інвестиції у людський капітал є однією із основних причин відставання країн третього світу від високорозвинутих країн. Складнощі з інвестиціями, дефіцит фінансування освіти і науки, дійсно, стримують соціально-економічне піднесення нашої країни.

Література:

1. Статистичний збірник «Підготовка наукових кадрів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Вищі навчальні заклади: статистичні дані [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/osv_rik/osv_u/vuz_u.html
3. Шестак В.С. Сучасний стан кадрового потенціалу освіти і науки в Україні: проблеми та шляхи вирішення / В.С. Шестак // Право і безпека. – 2011. – №4 (41). – С.184-188.

КОНТРОЛЛИНГ В АНТИКРИЗИСНОМ УПРАВЛЕННІ

Домнина І.І.

*Національний технічний університет
«Харьківський політехнічний інститут», г. Харьков*

Проблема налаживання ефективного антикризисного управління на підприємстві складна і потребує серйознішої проработки методических і менеджерських підходів. Не викликає сумнінь те обставина, що діяльність механізму виникнення кризисного стану виробничої системи взагалі і фірми в частині протікає в часі. Успіх стратегії антикризисного управління в цій ситуації в багатьох залежить від своєчасності виявлення появи початкового моменту або події, з якого починається рух до кризисної зони. Раннє виявлення таких моментів можливо лише в тому випадку, якщо аналітичні служби фірми ведуть постійне спостереження за надходженням великої кількості сигналів з зовнішнього середовища і сигналів про протікаючі внутрішні процеси.

Поява переломного моменту або виявлення того або іншого раннього сигналу в антикризисному управлінні вимагає від менеджерів своєчасного визначення ланки наступних можливих економічних збоїв з метою вироблення відповідних рішень, направлених або на посилення позитивних наслідків або на послаблення умовлених цими ланками загроз.

Зарубіжний досвід підтверджує, що в умовах конкуренції неперервне впровадження новітніх в управлінську діяльність підприємства є вирішальним фактором підтримання високого рівня його доходності. До числа таких новацій слід віднести практику впровадження контролінгу, яка на сьогоднішній день застосовується на більшості великих і середніх зарубіжних фірм. Впровадження систем стратегічного і оперативного контролінгу умовляє збільшення швидкості реакції менеджерів на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища, підвищення гнучкості підприємства, зміщення акценту з контролю минулого на аналіз і прогнозування майбутнього. По думці окремих авторів, контролінг може претендувати на роль «несущої конструкції» прогнозування майбутніх кризисних ситуацій і антикризисного управління на підприємстві.

Використання цієї системи в антикризисному управлінні дозволяє супроводжувати рух підприємства до запланованої стратегічної мети його розвитку. По думці ряду авторів контролінг виступає як система, націлена на оптимізацію прибутку і забезпечення виживаності фірми в короткочасному періоді, і на підтримання гармонічних відносин з оточуючим середовищем в довгочасному плані.

Для ефективного функціонування системи антикризисного контролінгу на підприємстві необхідні певні обов'язкові умови. Служба контролінгу на підприємстві повинна бути незалежним ланкою або відділом і підкорятися тільки керівнику фірми або одному з його заступників. Робота контролерів в режимі он-лайн вимагає наявності спеціального аналітичного обліку.

**ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ
МІЖКУЛЬТУРНИХ ГРУП ПРИ УПРАВЛІННІ ЗЕД**
Донська Ю. А., Ширяєва Н.В.
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Робота в іншому культурному середовищі вимагає від менеджерів усвідомлення культурних відмінностей між країнами і ступеня відмінностей їх соціальних систем. Визнання різноманіття культур передбачає не тільки адаптацію до відмінностей, але також їх вивчення, оцінку, накопичення і використання для підвищення ефективності діяльності компанії. Найактуальнішим в будь-якій зовнішньоекономічній діяльності (ЗЕД), є взаємопорозуміння між представниками бізнесів різних країн, і правильна організація співпраці.

Планування ЗЕД слід розпочинати з вивчення зовнішнього та внутрішнього соціально-культурного середовища. До складу соціально-культурного середовища зазвичай відносять такі елементи: мову (якою розмовляють; якою пишуть; офіційну мову; лінгвістичний плюралізм; ієрархію мов; міжнародні мови; мову в засобах масової інформації); релігію (філософські системи; прийняті релігії; повір'я та норми; табу свята; ритуали); цінності та ставлення до часу, досягнень, роботи, успіху, змін, наукових методів, ризику, жінки, сім'ї, дітей, здоров'я; освіту (систему освіти; систему підвищення кваліфікації; управління трудовими ресурсами); організацію суспільства (спорідненість; соціальні інститути; структуру влади; неформальні групи; соціальну мобільність; соціальні прошарки; систему громадянства); технологічну та матеріальну культуру (транспорт; енергетичну систему; комунікації; урбанізацію; науку; винаходи).

Соціально-культурне середовище різних країн суттєво впливає на такі маркетингові рішення: вихід на зарубіжний ринок; сегментація споживачів усередині країни; адаптація товарів та товарної політики; адаптація комунікаційної політики; врахування особливостей соціально-культурного середовища при створенні цільової політики та політики розподілення. Крім того, і це основне, соціально-культурне середовище визначає споживчу поведінку. У кожній країні свої звичаї, свої правила, свої заборони. Перш ніж приступити до розробки маркетингової програми, продавцеві слід з'ясувати, як сприймає зарубіжний споживач ті або інші товари і як він користується ними. Відрізняються країни одна від одної й усталеними у них нормами поведінки в діловому світі. Перед проведенням переговорів в іншій країні менеджер ЗЕД повинен проконсультуватися відносно цих особливостей. У кожній країні (і навіть в окремих регіонів усередині країни) свої культурні традиції, свої переваги і свої заборони, які учасник ринку повинен вивчити.

МОДЕЛІ ДІАГРАМ ПЕРЕДУВАННЯ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ ПОСЛІДОВНОСТІ РОБІТ ПРИ УПРАВЛІННІ РОЗКЛАДОМ ПРОЕКТУ

Дорохіна А.А., Персіянова О.Ю.

Державне підприємство «Південний державний проектно-конструкторський та науково-дослідний інститут авіаційної промисловості», м. Харків

В роботі розглядаються питання управління змістом та розкладом будівельних проектів. Ефективне управління термінами проекту дозволяє оцінити можливості його дострокового завершення, швидко і якісно приймати управлінські рішення, знижувати, таким чином, ризики, підвищувати контрольованість проекту. Завдання управління термінами проекту тісно пов'язане зі змістом проекту а також з його розкладом.

Розклад проекту визначає взаємопов'язані операції з запланованими датами їх виконання, контрольними подіями та основними ресурсами. Розклад проекту вказує конкретну дату старту і фінішу кожної операції проекту, тобто, розподіляє ваги операції в часі. На стадії формування змісту проекту його розклад є попереднім до детального розподілу ресурсів та затвердження розрахункових дат старту та фінішу, тобто до підтвердження змісту. При формуванні розкладу проекту треба визначити можливі випередження або затримки для точного визначення логічного зв'язку. Використання затримок і випереджень не повинно замінювати логіки розкладу.

Метод діаграм передування застосовується для побудови мережевої діаграми проекту, в якій операції зображуються у вигляді вузлів, а логічні взаємозв'язки, що існують між ними визначають тип залежності [1]. Розглядаються чотири типи залежностей, або логічних взаємозв'язків: (FS) - ініціація наступної операції залежить від завершення попередньої; (FF) - завершення наступної операції залежить від завершення попередньої; (SS) - ініціація наступної операції залежить від ініціації попередньої; (SF) - завершення наступної операції залежить від ініціації попередньої.

Кожен елемент діаграми, за винятком першого та останнього, має бути пов'язаний відповідним логічним зв'язком, хоча б одним з попередніх та наступних елементів.

Після встановлення послідовності і логічного взаємозв'язку на рівні операцій з урахуванням діаграми послідовностей на рівні робіт отримаємо модель послідовності групи операцій та груп робіт, а потім і всього проекту. З урахуванням даних про тривалості операцій дана модель дозволить оцінити тривалість всього проекту. Результатом буде розклад проекту з цією деталізованим змістом.

Література:

1. Дорохіна А. А. Модель визначення послідовності робіт та операцій для управління розкладом будівельного проекту / А. А. Дорохіна, А. Ю. Старостіна, Р. В. Артюх // Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості. - 2018. - № 3 (5). - С. 33–41.

DOI: <https://doi.org/10.30837/2522-9818.2018.6.033>.

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ДІАГНОСТУВАННЯ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ

Дорош О.І., Гайова С.А., Ноджак Л.С.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Актуальність теми полягає у тому, що в сучасних умовах при відсутності ефективного діагностування грошових потоків на підприємстві можуть виникати такі проблеми, як недостатня кількість грошових коштів для продовження господарської та виробничої діяльності, неплатоспроможність і непродуктивність підприємства тощо. Ці проблеми призведуть до зниження ефективності діяльності підприємства, погіршення його статусу серед контрагентів, нестабільність функціонування, що у висновку може закінчитись повним припиненням роботи підприємства.

Провівши огляд літературних джерел, пов'язаних з аналізуванням і дослідженням грошових потоків підприємств, можна визначити, що велика кількість науковців відзначає важливість діагностування грошових потоків для ведення ефективної господарської діяльності. Однією з проблем, яка найчастіше виникає в процесі діагностування грошових потоків є відсутність інструментарію, що не дозволяє ефективно організувати цей процес та в свою чергу, не забезпечує вчасне виявлення та усунення недоліків. Це призводить до зниження платоспроможності, ліквідності і продуктивності роботи підприємств.

Також, не менш важливою проблемою є виникнення касових розривів у процесі діяльності підприємств. Така ситуація виникає, якщо підприємство працює на основі авансових платежів, що спричиняє виникнення ситуацій, коли товар надійшов до одержувача, а гроші за нього підприємство ще не має можливості виплатити. Це спричинено відсутністю чітко сформованих планів щодо руху грошових коштів, наслідком чого може стати повна неплатоспроможність підприємства, і, відповідно, його банкрутство.

Розроблення платіжного календаря для підприємств є актуальним. Завдяки платіжному календарю можна буде ідентифікувати періоди виникнення касових розривів, визначити фактори, які впливають на цей процес що, відповідно, дозволить більш ефективно здійснювати процеси контролювання і регулювання руху грошових коштів.

У випадку, якщо на підприємстві відсутня чітко сформована і структурована модель діагностування грошових потоків, виникають труднощі при визначенні достатності коштів тощо. Впровадження поетапної моделі діагностування грошових потоків для підприємств дозволить налагодити процес ідентифікування коштів на підприємствах. Таке управлінське рішення забезпечить підприємству зниження витрат і часу для проведення діагностування грошових потоків.

Отже, очікуваними ефектами від впровадження перерахованих заходів є зменшення затрат коштів і часу на виявлення та аналізування існуючих проблем, що в свою чергу, надасть змогу оперативно залучати необхідні ресурси для їх вирішення.

ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

Драгун О. С., Гаврись О. О.

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

Позиції більшості національних економік на світовому ринку знаходяться у прямій залежності від залучення в систему міжнародних економічних відносин. Саме експорт продукції чи послуг виступає одним із тих важливих напрямків такої взаємодії, що дозволяє більш ефективно використовувати виробничі потужності й ресурси національних підприємств та формувати валютні запаси. На сьогодні частка експорту у структурі ВВП України становить понад 50 % [1]. Отже, економічна успішність держави напряму залежить від її здобутків в царині зовнішньоекономічної діяльності як у цілому, так і в регіональному розрізі. Збільшення державної підтримки в процесах зовнішньоекономічної діяльності може здійснити позитивний вплив на формування ефективного розвитку й реалізації експортного потенціалу. Удосконалення законодавства, поліпшення інфраструктури, надання інформаційних послуг та консультацій, експортне кредитування та страхування, сприяння участі вітчизняних фірм у міжнародних виставках, надання державних гарантій – ось неповний перелік заходів на рівні держави, що зможуть посилити зовнішньоекономічну безпеку України, як складову економічної безпеки країни, та значно поліпшити структуру експорту товарів [1]. Низькотехнологічний характер економіки України заважає досягненню сталого економічного зростання, тому необхідною умовою розвитку економіки є активізація експорту інноваційної продукції на світовому ринку технологій, оскільки найбільш динамічним сектором світової торгівлі на сьогодні є торгівля високотехнологічною продукцією. Ефективним механізмом форсування переходу до високотехнологічних виробництв може стати запровадження кластеризації економіки в Україні, тобто виділення певних територій розвитку виробництва. Кластери мають значний виробничо-технічний потенціал та є ефективнішими порівняно з окремими підприємствами, тому саме кластеризація стимулює виробничо-територіальний й соціально-економічний розвиток регіонів на основі використання всіх внутрішніх можливостей [2]. Таким чином, поліпшення експортного потенціалу України є одним із шляхів оздоровлення економіки в цілому. При раціональному використанні ресурсного потенціалу наша держава може займати гідну позицію у міжнародних торгових зв'язках [3].

Література:

1. Герасименко Г.О. Формування і розвиток експортного потенціалу України в умовах глобалізації / Г.О. Герасименко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2014. – №2 (26). – С.22–26.
2. Алімова О.О. Експортний потенціал України: проблеми та перспективи реалізації [Електронний Ресурс] / О.О. Алімова // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2013. – № 3.
3. Гаврись О.М. Структура та динаміка торговельного балансу України / О.М. Гаврись, О.О. Гаврись, П.О. Гаврись // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки). – 2018. – № 48 (1324). – С. 27–31.

ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ США ТА УКРАЇНИ

Дрималовська Х.В., Томашевська А.Р.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Зовнішньоекономічні зв'язки є важливим аспектом у забезпеченні розвитку національної економіки кожної країни. Новітні світові тенденції, що склалися в умовах масштабних змін у сфері формування міжнародних відносин, вимагають вирішення складних завдань у механізмі зовнішньоекономічної політики країни. В роботі розглянуто особливості механізму зовнішньоекономічної політики США та України.

Сьогодні в США створений цілісний та ефективний механізм зовнішньоекономічної політики та економічної дипломатії. Важливе місце в ньому належить Державному департаменту і Міністерству торгівлі. Міністерство торгівлі, власне, керує процесом розроблення зовнішньоторговельної політики держави. Воно складається з двох структурних підрозділів, які займаються вирішенням важливих питань зовнішньої торгівлі США: Управління міжнародної торгівлі (УМТ) і Бюро експортного контролю (БЕК). Діяльність цих підрозділів спрямована на створення сприятливих умов у проведенні торгових переговорів, контролювання щодо виконання торговельних угод, забезпечення відповідності вітчизняного експорту інтересам національної безпеки, створення основних засад зміцнення і захисту національної економічної інфраструктури з метою забезпечення відповідного рівня конкурентоспроможності країни на світовій арені [1]. Формування зовнішньоекономічної політики України є поступовим і складається з етапів, які відзначаються поєднанням принципів та методів протекціонізму і вільної торгівлі. Органами державної влади, що задіяні у процесі формування механізму зовнішньоекономічної політики України є: Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, Національний банк України, Центральний орган виконавчої влади з питань економічної політики, Антимонопольний комітет України, Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі, Органи доходів і зборів. Кожен з цих органів державної влади встановлює основні засади формування механізму зовнішньоекономічної політики України. Механізм зовнішньоекономічної політики України не є цілком сформований, що можна пояснити відсутністю відповідної стратегії розвитку, низьким рівнем конкурентоспроможності національних суб'єктів господарювання тощо [2].

Створення ефективного механізму зовнішньоекономічної політики України вимагає чітке ідентифікування основних напрямів, принципів розвитку діяльності держави, формування сприятливої законодавчої бази тощо з метою забезпечення взаємовигідного співробітництва з світовою спільнотою.

Література:

1. Механізм зовнішньоекономічної політики США [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://stud.com.ua/54496/ekonomika/mehanizm_zovnishnoekonomichnoyi_politiki
2. Шамборовський Г.О. Концептуальні підходи до управління зовнішньоекономічною політикою в Україні / Г.О. Шамборовський // Економічний простір. - 2016. - № 111. - С. 50-60.

ФУНКЦІЇ КОНТРОЛІНГУ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Другова О.С., Долина І.В.

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

Основні постулати сучасної філософії контролінгу, сформульовані українськими та зарубіжними вченими, звучать наступним чином: пріоритет рентабельності діяльності організації над зростанням об'ємних показників. Розміри організації, обсяги випуску, кількість філій і клієнтів, асортимент продукції, сума балансу і т. п. є другорядними порівняно з ефективністю роботи організації в цілому і її підрозділів; зростання обсягів бізнесу організації виправданий лише при збереженні колишнього рівня або зростанні ефективності; заходи щодо забезпечення зростання прибутковості не повинні підвищувати допустимі для конкретних умов функціонування організації рівні ризиків. Основною функцією контролінгу є координація. У сфері обліку завдання контролінгу включають створення системи збору і обробки інформації, істотної для прийняття управлінських рішень на різних рівнях керівництва. Контролінг підтримує процес планування шляхом виконання наступних завдань:

- 1) формування та розвиток системи комплексного планування;
- 2) розробка методів планування;
- 3) визначення необхідної для планування інформації, джерел інформації і шляхів її отримання.

У функції контролінгу входить також проведення спеціальних досліджень, що визначають стан і тенденції розвитку організації в ринкових умовах: створення та застосування методики розробки цільової картини і цільових показників організації (контролер сам не ставить мети, але забезпечує процес визначення цілей, наприклад цільового показника рентабельності капіталу); орієнтація робіт з планування «знизу вгору» для забезпечення досяжності цілей організації, сформульованої «зверху вниз» в рамках правил, встановлених цільовою картиною; збір та аналіз даних про зовнішнє середовище; порівняння з конкурентами; обґрунтування доцільності злиття з іншими фірмами або відкриття (закриття) філій; проведення калькуляції для особливих замовлень; розрахунки ефективності інвестиційних проектів; відстеження тематики, яка не увійшла до затвердженого плану на майбутній господарський рік; забезпечення подання фактичної інформації, відповідної планових показників на кожному робочому місці, і ін. До техніко-економічних функцій контролінгу належать: 1) обліково-аналітична функція; 2) контрольно-інформаційна функція; 3) методична. Виділення цільових і технічних функцій контролінгу дозволяє визначити усередині функціонального управління програмно-цільовий, системний і процесний підходи в управлінні. Диференціація функцій контролінгу дозволяє виділити окремі завдання і регламентувати раціональні правила і процедури їх здійснення.

ВПЛИВ НА ІННОВАЦІЙНУ СПРИЙНЯТЛИВІСТЬ ПЕРСОНАЛУ КОРПОРАТИВНИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Дюжев В.Г., Бойченко О. І.

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

У даний час актуальним питанням підвищення інноваційної сприйнятливості (ІС) персоналу є використання внутрішньофірмових комунікацій в корпоративній соціальній мережі (КСМ). Які представляють собою інформаційно оперативну комп'ютерну систему базується на спеціальних програмних комплексах. Це створює нову комунікативну середу всередині фірми на основі обраної системи, призначеної для управління процесами прийому, аналізу та передачі, інформації між різними її підсистемами і суб'єктами (користувачами). Однак теоретичні і практичні питання аналізу впливу внутрішньофірмових комунікацій в КСМ на розвиток компетенцій та ІС співробітників підприємства опрацьовані недостатньо повно. Для підвищення ІС і ефективності інноваційної діяльності (ІД) необхідна можливість оцінки ефективності внутрішньофірмових комунікацій на ІС підрозділів і окремих співробітників. Як засіб вирішення цієї проблеми пропонується розглянути модель аналізу і розвитку взаємопов'язаних факторів ІВ персоналу співробітників і керівництва на основі їх активності в КСМ. Використання всередині фірмової КСМ дозволяє з'єднати інформаційно оперативні можливості програмно-комп'ютерних комплексів з фактичними множинами інформаційно комунікативних взаємин і взаємодій співробітників фірми. Це дозволяє прискорювати інформаційні потоки, аналізувати швидше відповідну інформацію приймати оперативно необхідний набір управлінських процедур все це за рахунок швидкості адаптивної структуризації оперативної обробку перетворення поширення і зворотного зв'язку дозволяє підвищити ІВ як окремого працівника так конкретних підрозділів і персоналу підприємства у цілому.

Зробивши аналіз застосування ПО Bitrix24 в компанії ТОВ "ВО ОВЕН", можна зробити висновок що не усі сервіси КСС в системі бізнес-завдань організації відбиті в підсистемах і функціях традиційних систему управління персоналом (СУП). А ті які відбиваються реалізуються не на 100% а частково (ЧС), фрагментарно (ФС) або періодично (ПС). Можна зробити висновок, що необхідно ввести нову функцію яка відбиватиме інформаційне забезпечення персоналу реалізації техніко-економічний процесів, для нинішніх умов розвитку корпоративних соціальних мереж [1].

Література:

1. В.Г. Дюжев, О.І. Бойченко. Вплив на інноваційну сприйнятливість персоналу корпоративних соціальних мереж, на прикладі ПЗ Bitrix24, компанії ТОВ "ВО ОВЕН". *Науково-практичний журнал Національної академії наук України "Наука і інновації" №2 2019.*

СТАН КОНКУРЕНЦІЇ В УКРАЇНІ

Дяченко Т.А.

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

Конкуренція є невід'ємним елементом ринкових відносин. Розвиток конкуренції сприяє ефективному використанню факторів виробництва.

Згідно з даними АМКУ в Україні у 2017-2018 рр. порівняно з 2016-2017 рр. відбулася позитивна динаміка показника інтенсивності внутрішньої конкуренції, за яким країна перемістилася з 108-го до 78-го місця. Позитивні зрушення також відбулися в динаміці показника ефективності антимонопольної політики, за яким рейтинг був покращений на 12 місць (з 136-го до 124-го) [3]. Україні вдалося зберегти такі конкурентні переваги, як освічене населення, здатність до інновацій, та відносно розвинуту інфраструктуру. Були виявлені найбільш проблемні фактори для ведення бізнесу в Україні – інфляційні очікування, корупція, складнощі, пов'язані з державними інституціями та оподаткуванням.

Для розвитку конкуренції на макрорівні необхідним є утримання досягнутих переваг та вирішення виявлених проблем.

На мікрорівні в умовах зростаючої конкуренції для підприємств, що в довгостроковій перспективі прагнуть бути прибутковими, необхідним є пошук шляхів більш ефективного використання ресурсів, в тому числі, завдяки впровадженню наукоємних технологій виробництва, створенню нових продуктів [4], використанню інноваційних підходів [5] до здійснення діяльності. Планування даних заходів при розробці конкурентних стратегій підприємств [1, 2] є доцільним напрямом в забезпеченні стійких конкурентних позицій на ринку.

Література:

1 Дяченко Т. А. Методичний підхід до розробки конкурентних стратегій промислових підприємств з надання ремонтних послуг [Електронний ресурс] / Т. А. Дяченко // Ефективна економіка. – 2015. – № 9. – Режим доступу до журн. : www.economy.nayka.com.ua.

2 Дяченко Т. А. Оцінка ринкового конкурентного середовища підприємств, що надають послуги ремонту електродвигунів, генераторів і трансформаторів / Т. А. Дяченко // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». – Харків : НТУ «ХПІ», 2012. – Т. 2, № 14(920). – С. 80-87.

3 Звіт Антимонопольного комітету України за 2017 рік [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://drive.google.com/file/d/1Zp-gojNksXXfkf9rTtGMm4fQxf50jb27/view>

4 Максименко Я.А. Організаційно-методичне забезпечення управління формуванням та використанням портфеля об'єктів інтелектуальної власності на машинобудівних підприємствах / Я. А. Максименко, Т. О. Гусаковська // Механізм регулювання економіки. – 2009.–№ 3, Т. 1. – С. 134-139.

5 Перерва П.Г. Интрапренерство в интеллектуально-инновационной и экономической деятельности ресторанного, гостиничного и туристского бизнеса / П.Г. Перерва, М.В. Маслак // Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі : тези доп. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., присвяченої 50-річчю заснування Харківського державного університету харчування та торгівлі, 3 жовтня 2017 р. – Харків : ХДУХТ, 2017. – С. 439-443.

ПРОБЛЕМИ ПОЛІТИКИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Єфіменко М.І., Міщенко В.А.

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

Вдосконалення політики просування товарів на зовнішні ринки – важлива складова частина розвитку взаємовигідного міжнародного економічного співробітництва. Хоча вичерпної загальноприйнятої класифікації видів і форм просування (що те ж саме, комунікації) поки не існує, проте прийнято вважати, що реклама, особисті продажі, зв'язки із громадськістю (public relations), стимулювання продажів у сукупності створюють комунікаційний комплекс підприємства. Вибір підходящих засобів комунікації у відповідному поєднанні, розрахованих на певний період часу в конкретному ринковому просторі є одним з етапів формування міжнародної стратегії фірми.

Незважаючи на велику кількість інструментів маркетингових комунікацій, що знаходяться у розпорядженні кожної фірми, дійсно ефективними виявляються тільки деякі з них. На формування комплексу маркетингових комунікацій істотний вплив роблять: тип ринку, форма виходу на зовнішній ринок, структура каналів розподілу і збуту, що використовуються, форма експорту (прямий чи опосередкований), життєвий цикл товару, положення компанії на ринку. Отже, завданням підприємства є визначення оптимального співвідношення інструментів комунікаційної політики, що використовуються у строгій відповідності до решти елементів комплексу маркетингу.

Участь у торговельних виставках і ярмарках завжди входить до переліку заходів підприємницької діяльності наступального характеру, які органічно вписуються в комплекс маркетингу. Торгово-промислові виставки відображають технологічний розвиток галузей економіки, а також завжди стають значною політичною й культурною подією. Участь у виставках (ярмарках) має глобальні цілі й підпорядковується в першу чергу завданням комунікації, а вже в другу чергу організації безпосереднього продажу товарів. Такий підхід допомагає експоненту виявити свої сильні сторони, адаптуватися до поведінки споживачів і конкурентів щодо строків поставки, умов платежу, вартості товарів, упакування, транспортування й страхування, сервісних послуг.

На просування продукції на зовнішній ринок істотний вплив здійснює імідж підприємства. Фахівці вважають, що на імідж підприємства впливають не тільки популярність і репутація, а ще й такі фактори як інноваційність, готовність до технологічних нововведень, фінансова стабільність, престижність окремих товарів, товарна, цінова, збутова політика, наявність фірмових магазинів, кваліфікація продавців, оперативність реагування на замовлення; своєчасність їхнього виконання, рівень залучення в міжнародну діяльність і конкурентний статус, умови платежів (можливість кредитування); наявність знижок тощо.

НЕОБХІДНІСТЬ СТВОРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Єфименко О.С., Бабіч І. Є

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

Система управління прибутком має важливу роль в діяльності сучасних підприємств. Вона складається з таких елементів як концепції та механізми управління прибутком, методи аналізу та планування, політики підприємства, орієнтованій на управління прибутком. Від системи управління прибутком залежить фінансова стабільність та конкурентоспроможність підприємств в довгостроковому періоді.

Грамотне, ефективне управління прибутком передбачає побудову на підприємстві відповідних інформаційних систем забезпечення цього управління, знання основних механізмів формування прибутку, використання сучасних методів її аналізу і планування. Особлива увага менеджерами підприємства повинна приділятися питанням управління доходами і витратами, податковими платежами, ресурсами підприємства і ризиками.

Підприємства постійно ставлять для себе нові цілі та розвиваються, тому сучасні економічні реалії вимагають вдосконалення системи управління прибутком.

Проблемою створення інформаційного забезпечення управління прибутком на підприємстві займалися такі вчені як: И.А. Бланк, Є.Ф. Брігхем, В.В. Нагайчук, Н.Г. Пігуль, Ж.М. Жигалкевич, Е.С. Фосенко, І.І. Блонська, М.М. Павлишенко, С.Ф. Покропивний, А.М. Гончаров, Т.О. Білик, В.М. Гриньова, Л.О. Коваленко, Є.Ю. Ткаченко, А.М. Поддерьогін та інші.

Система управління прибутком може функціонувати тільки за умов наявності відповідних інформаційних даних, на підставі яких можна по-перше, налагодити постійний моніторинг процесу формування прибутку, по-друге оцінювати рівень операційного і загального прибутку, по-третє аналізувати чинники впливу на обсяг прибутку.

Така інформація потрібна для формування рішень про зміни в оперативній, або стратегічній діяльності, що забезпечить дотримання необхідного рівня прибутку.

Найважливіші завдання, що потребують вирішення у процесі створення інформаційного забезпечення управління прибутком підприємства такі:

1. Формування системи показників, які кількісно відображають процес формування прибутку.
2. Формування системи факторів зовнішнього і внутрішнього середовища.
3. Вибір або розрахунок нормативних показників, що характеризують процеси формування прибутку.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Жадан Т.А., Демиденко М.С.

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

Оцінка та прогнозування ймовірності банкрутства суб'єкта господарювання є невід'ємними етапами діагностики фінансово-економічного стану підприємства. На даний час у вітчизняній і закордонній практиці відомо та використовується понад 200 моделей, які дозволяють комплексно оцінити ймовірність банкрутства підприємства. Усю сукупність цих моделей можна об'єднати в три основні групи: теоретичні, статистичні та моделі на основі штучного інтелекту.

В 64% випадків для оцінки ймовірності банкрутства підприємства використовують статистичні моделі [1]. В межах даного підходу виділяють такі основні методи моделювання, як: дискримінантний аналіз, аналіз умовної ймовірності, аналіз виживання, бінарний вибір та кластерний аналіз.

За частотою використання моделі штучного інтелекту значно поступаються статистичним методам. Їх використовують лише в 25% випадків [1]. В рамках цієї групи виділяють наступні методи моделювання: нейронні мережі, дерево рішень, теорія нечітких множин, експертні системи, метод опорних векторів та генетичні алгоритми.

Теоретичні моделі для оцінки ймовірності банкрутства підприємства застосовуються лише в 11% випадків [1]. Для теоретичного обґрунтування причин або наслідків банкрутства використовують такі методи: теорія кредитного ризику, балансова зміна, моделі на основі ринкових показників, теорія розорення гравця, моделі на основі макроекономічних показників та теорія менеджменту.

Статистичні моделі та моделі на основі штучного інтелекту побудовані на індукційному методі та зосереджують свою увагу саме на симптомах банкрутства підприємства. Тобто, на основі емпіричних даних за допомогою індуктивних аргументацій пояснюють, чому на практиці деякі підприємства стають банкрутами. Теоретичні моделі в свою чергу використовують метод дедукції. Тобто, на основі певних фінансових теорій пояснюється за допомогою дедуктивної аргументації, чому певна частина підприємств може стати банкрутами [2].

Отже, на сьогодні існує достатньо широкий спектр моделей для оцінки та прогнозування ймовірності банкрутства. Однак для отримання більш якісних результатів, рекомендується використання одночасно кількох методів.

Література:

1. Aziz M., Dar H. Predicting corporate bankruptcy – where we stand? / Corporate Governance Journal. -2006. - Vol. 6, No1. - PP. 18–33.
2. Сушко В.І. Класифікація моделей оцінки ймовірності банкрутства підприємств / В.І. Сушко, Т.С. Павлюк // Економіка: теорія та практика. – 2014. – № 1. – С. 72-83.

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРАВИЛЬНОСТІ СКЛАДАННЯ ТА ПОДАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА

Жадан Т.А., Олефіренко Р.А.

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

За результатами перевірки правильності складання та подання фінансової звітності суб'єктів малого підприємництва встановлено, що найтипівішими порушеннями є: відсутність або неправильність оформлення первинних документів, на підставі яких складається фінансова звітність; невідповідність форм фінансової звітності діючому законодавству; порушення строків подання фінансової звітності до органів податків та зборів, державної статистики; недотримання вимог органів, які регулюють питання підготовки, складання та подання фінансової звітності в Україні. З метою удосконалення правильності складання та подання фінансової звітності суб'єктів малого підприємництва у роботі запропоновано ряд організаційно-економічних заходів, до яких віднесено: по-перше, контроль за своєчасністю і правильністю оформлення первинних документів, наявністю всіх реквізитів покласти на головного бухгалтера або відповідального за підготовку первинної документації; по-друге, суб'єкти малого підприємництва, яким відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» встановлена скорочена за показниками фінансова звітність у складі балансу та звіту про фінансові результати (крім тих, які зобов'язані складати фінансову звітність за міжнародними стандартами фінансової звітності) складають фінансову звітність за формами, затвердженими П(С)БО 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва»; по-третє, періодичність та строки подання річної фінансової звітності для суб'єктів малого підприємництва встановлені Порядком подання фінансової звітності, затвердженим Постановою КМУ від 28.02.2000 р. № 419, відповідно до якого вона подається: в органи статистики - не пізніше 28 лютого наступного за звітним року, а у фіскальні органи - у строки, передбачені для подання декларації з податку на прибуток; по-четверте, при складанні фінансової звітності необхідно керуватися роз'ясненнями і рекомендаціями від Міністерства фінансів України, яке регулює питання бухгалтерського обліку, зокрема: Методичними рекомендаціями щодо заповнення форм фінансової звітності від 28.03.2013 р. № 433 та Методичними рекомендаціями з перевірки порівнянності показників фінансової звітності від 11.04.2013 р. № 476.

Література:

1. Жадан Т.А. Проблеми організації та здійснення державного внутрішнього фінансового контролю на сучасному етапі його розвитку / Т.А. Жадан // Вісник НТУ «ХПІ». Серія : Технічний прогрес та ефективність виробництва. - 2014. - № 65. - С. 57-63.
2. Жадан Т.А. Сутність, значення та необхідність обліково-аналітичного забезпечення внутрішнього контролю фінансових результатів підприємства / Т.А. Жадан, М. Аннаєв // Труды XIII-ої Міжн. наук.-практ. конференції «Дослідження та оптимізація економічних процесів «Оптимум – 2017», 6–8 грудня 2017 р. – Х. : НТУ «ХПІ», 2017. – С. 17-19.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ АНАЛІЗУ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Жакун Н.П.

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

В роботі обґрунтовано, що в сучасних умовах господарювання, які характеризуються ризиковістю, невизначеністю зовнішнього середовища, підвищенням конкуренції ефективність діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу визначається рівнем витрат на послуги. Як свідчать результати аналізу операційних витрат підприємств ресторанного бізнесу України, за 2018 рік вони збільшені на 1534,5 млн грн, або на 126 % до 2017 р. [1]. Аналітична діяльність, спрямована на інформаційне забезпечення прийняття управлінських рішень є однією з визначальних в системі управління витратами підприємств. На основі робіт Н.Ю. Єршової [2], И.М. Петрович, Л.М. Прокопишин-Рашкевич [3], нами обґрунтовано, що основні завдання аналізу витрат підприємств готельно-ресторанного бізнесу такі :

- безперервний і всебічний моніторинг величини витрат підприємства з метою прогнозування величини прибутку;
- оцінка ризиків і загроз збільшення витрат кількісними та якісними методами;
- визначення факторів впливу на величину витрат з метою виявлення та кількісного вимірювання резервів їх зменшення.
- постійне вдосконалення механізму обґрунтування рівня витрат на послуги підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

З позиції сьогодення досягнення ефективного управління підприємством в довгостроковій перспективі можливо за умов забезпечення процесу безперервного цілеспрямованого збору, накопичення, обробки і аналізу інформації, необхідної для управління витратами. Це особливо важливо з урахуванням оцінки ресурсного потенціалу, який є необхідною умовою стратегічного розвитку підприємства. В такому аспекті аналітична інформація про витрати надає можливість менеджерам оцінити: реальні можливості підприємства в той чи іншій сфері економічної діяльності; наявність ресурсів виробництва і резервів, як залучених, так і не залучених у виробництво; можливість залучення ресурсів до створення товарів і послуг з метою отримання максимального прибутку.

Література:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Аналіз господарської діяльності: теорія та практикум : навч. посіб / Укл: Н.Ю. Єршова, О.В. Портна. – Видавництво «Магнолія 2006», 2015. – 312 с.
3. Петрович И.М. Економіка та фінанси підприємства: підручник / И.М. Петрович, Л.М. Прокопишин-Рашкевич. – Львів. – 2014. – 408 с.

ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНУ: СУТНІСТЬ ТА ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ

Забедюк М.С.

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

Проблеми соціально-економічного розвитку регіонів спричинені недостатністю і неефективним використанням фінансових ресурсів, залежністю від коштів державного бюджету, відсутністю стимулів до виявлення резервів фінансового потенціалу.

Фінансовий потенціал відбиває здатність регіону як суб'єкта системи фінансово-інвестиційних відносин не тільки мобілізувати, а й максимально ефективно використовувати наявні фінансові ресурси для реалізації інвестиційних проектів та здобуття економічної, екологічної, соціальної та іншої вигоди. При цьому йдеться про можливості та здатності регіону щодо залучення та ефективного використання коштів чотирьох основних суб'єктів фінансових відносин, а саме підприємств, населення, бюджетної та фінансово-кредитної систем [1].

Серед головних чинників, які безпосередньо визначають обсяги фінансового потенціалу, утвореного на рівні регіонів, є:

- галузева структура регіональних комплексів та їхня дохідність, що визначає обсяги податкової бази;
- ефективність використання місцевих ресурсів багатоцільового призначення;
- рівень розвитку соціальної та виробничої інфраструктури регіону;
- рівень забруднення навколишнього природного середовища, що призводить до диференціації обсягів витрат у сфері надання державних і громадських послуг та цін на ці послуги [2, с. 172].

Серед умов, що сприятимуть оптимальному використанню та нарощенню фінансового потенціалу регіону, слід зазначити такі:

- ефективне використання об'єктів державної (комунальної) власності (оренда, продаж нерентабельних об'єктів);
- підвищення ефективності співпраці з місцевими фінансово-кредитно установами;
- застосування інноваційних фінансових технологій (фінансова система територіальної громади, фінансові групи територіальної громади тощо).

Література:

1. Буряченко А.Є. Економічна природа фінансового потенціалу регіону / А.Є. Буряченко // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка» : науковий журнал. – Острог : Вид-во НУ«ОА», грудень 2016. – № 3(31). – С. 96–102.
2. Герасимчук З. В. Фінансова політика сталого розвитку регіону : [монографія] / З. В. Герасимчук, І. М. Вахович, І. М. Камінська. - Луцьк : Надстир'я, 2006. - 220 с.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Загорянська О.Л., Леснікова Ю. І.

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

В роботі розглянуто питання соціальної відповідальності бізнесу, яке стає все більш актуальним на фоні зростання конкурентної боротьби між підприємства та деформації суспільних норм.

За визначеннями декількох авторів, що досліджують це поняття [1, 2], можна дати таке визначення, що соціальна відповідальність бізнесу включає себе відповідальне ставлення компанії не лише до своїх послуг чи товарів, а й до працівників, споживачів, держави, екології.

Головними аспектами, що характеризують соціальну відповідальність туристичних підприємств є добровільність, інтегрованість у бізнес-стратегію організації; системність; користь для всіх зацікавлених сторін: працівників турфірм, туристів, власників, громади, а також для самого підприємства; внесок у процес сталого розвитку.

Наразі, в Україні є тенденція щодо неофіційного працевлаштування, що негативно впливає на кількість податків, які поповнюють бюджет країни. За оприлюдненими даними рівень неофіційного працевлаштування в Україні виріс за останні 10 років на 5%. Найбільший рівень офіційного працевлаштування зареєстровано у молоді віком від 15 до 24 та у предпенсійного та пенсійного віку - від 50 до 70 років [3].

Також наслідком такого ставлення є рівень офіційної зарплати до неофіційної [3]. Рівень неофіційної заробітної плати неможливо відстежити тому, що ця інформація не відображається в податкових інстанціях, на жаль, через це неможливо і утримати необхідні податки. Соціально відповідальне підприємство не допускає неофіційного оформлення трудових відносин та контролює надходження податків у казну країни.

Отже, соціальна відповідальність будь-якого бізнесу – це постійне гармонійне співіснування компанії та суспільства, яке завжди потребує допомоги та підтримки. Головною метою цієї концепції є врахування інтересів споживачів та відповідальність перед суспільством і навколишнім середовищем за діяльність підприємства.

Література:

1. Чижевська М. Б. Соціальний аудит як механізм оцінки соціально-економічної ролі кооперативного сектора економіки / М. Б. Чижевська // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер. : Економічні науки. - 2010. - № 3. - С. 34-41. - [Режим доступу] : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2010_3_7
2. Соціальна відповідальність / [О. С. Кузьмін, О. В. Пирог, П. І. Чорнобай та ін.]. – Львів: Львівська політехніка, 2016. – 328 с.
3. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/min/>.

ЗМІНА ОРІЄНТИРІВ У ПРОГРАМАХ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ЯК УМОВА НАСИЧЕННЯ РИНКУ ПРАЦІ КОНКУРЕНТОЗДАТНИМИ УПРАВЛІНЦЯМИ

Захарова О.В.

Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси

Якість прийняття управлінських рішень на всіх рівнях – від розв'язання оперативної задачі суб'єкта господарювання і до вирішення проблем національного масштабу – серед іншого залежить від тих базових знань, які майбутні фахівці-менеджери отримали під час навчання у ЗВО. Саме тому, з метою забезпечення успішності стратегічного формування фундаменту соціально-економічної розбудови та оздоровлення економіки країни, мають бути докорінним чином зміненими орієнтири у підходах до фахової підготовки менеджерів за всіма освітніми програмами.

Зміна орієнтирів у навчальному процесі має відбуватися у євроінтеграційному напрямі за трьома основними складовими [1, с. 134]:

1. Професійна фахова спрямованість навчального процесу. Не зважаючи на те, що «менеджмент» є досить універсальною наукою, орієнтація навчального процесу безпосередньо на конкретну специфіку роботи (аграрна, банківська, маркетингова або будь-яка інша сфера діяльності) дозволить підготувати вузькопрофільного фахівця, готового ще під час навчання, або відразу після його закінчення ефективно розв'язувати складні практичні задачі.

2. Співвідношення теоретичної та практичної складових професійної підготовки. Прагнення до підвищення питомої ваги практичної частини підготовки за рахунок проходження занять різної тривалості та тематичної спрямованості на підприємствах міста, області, країни та світу. Це можуть бути практичні і лабораторні заняття, різні види практики та стажування, метою яких є закріплення набутих під час теоретичної підготовки знань і навичок.

3. Якість навчального процесу. Може бути забезпечена відповідною матеріальною базою та високим професійним рівнем викладацького складу. Оновлення матеріальної бази залежить від взаємовигідної співпраці з провідними підприємствами галузі, а професіоналізм викладачів має бути забезпеченим безперервним процесом їх професійного розвитку, наукових розробок та опанування провідного світового досвіду.

За умови максимально повного виконання ЗВО перелічених змін ймовірність підготовки конкурентоздатного і компетентного фахівця буде мати тенденцію до поступового зростання, що буде супроводжуватися відповідною динамікою його вартості на первинному ринку праці України. Масштабність поширення таких змін має стати ґрунтовним мотиваційним чинником вибору випускником-менеджером українського підприємства при працевлаштуванні, що є запорукою виходу регіональної і національної економіки з кризи.

Література:

1. Захарова О.В. Зміна підходів вищої школи до підготовки фахівців як виклик нової економіки / О.В. Захарова // Соціально-трудові відносини: теорія та практика. Зб. наук. пр. – К.: ДВНЗ «Київський національний економічний ун-т ім. В. Гетьмана», 2017. – №2 (14). – С. 131-142.

ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Захарчин Г. М.

*Національний університет
«Львівська політехніка», м. Львів*

Враховуючи динамічну активність проникнення інформаційних технологій у суспільні відносини і діловий простір, питання формування інформаційної культури стає пріоритетним завданням як сучасної системи освіти, так і практичної діяльності менеджерів усіх рівнів. Культура інформаційного суспільства є неоднорідною, оскільки перебуває в процесі формування і сьогодні вона відображає досягнутий рівень організації інформаційних процесів, ступінь задоволення людей інформаційними комунікаціями, рівень їхньої інформаційної компетентності, рівень ефективності створення, збору, збереження, переробки, передачі, представлення і використання інформації.

Інформаційна культура функціонує на основі інформаційної взаємодії, відображаючи ланцюг інформаційних процесів, що відбуваються між її учасниками з приводу виробництва, передачі та використання інформації. З огляду на це, інформаційну культуру трактуємо як систему взаємовідносин, які виникають між усіма учасниками будь-якого інформаційного процесу, побудовану на базових цінностях і етичних нормах поведінки. Роль інформаційної культури в інформаційному суспільстві зростає, а її просторовий сегмент з огляду на глобалізаційні виклики постійно розширюється, виходячи далеко за межі індивідуального простору. Результатом інформаційної модернізації та розвитку комунікацій стала трансформація простору й часу, тому інформаційна культура тісно пов'язана із інформаційною безпекою у двох контекстах-захисту інформації та захисту людської психіки, зокрема, через загрозу маніпулювання свідомістю людини та поширення тенденції відчуження. Ефективність інформаційної культури відображає якість інформаційної підготовки, роботи з джерелами інформації, уміння сприймати нову інформацію і використовувати її в практичних цілях. Процеси інформатизації примушують змінюють нашу уяву про світ, тому необхідне формування інформаційної доброчесності, грамотності та інформаційної культури, зміни самого мислення як елементу загальної культури людини. Всі суб'єкти інформаційної взаємодії повинні бути відповідальними за свою взаємодію з інформаційним середовищем, використовувати інформацію для примноження знань і вирішення широкого кола не тільки економічних, але й соціальних і особистісних проблем.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Здор Я.С., Майстро Р.Г.

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

Раціональне використання трудових і виробничих ресурсів є важливим резервом підвищення ефективності виробництва, збільшення обсягів виробництва продукції, підвищення продуктивності праці та фондівіддачі. Ефективне використання ресурсів – найважливіший фактор забезпечення платоспроможності, кредитоспроможності й фінансової стабільності підприємств.

Одним із чинників, які характеризують ефективність ресурсів підприємства є витрати. Якщо йдеться про матеріальні ресурси, то витрати – це середня вартість матеріальних витрат за період, який досліджується; якщо йдеться про трудові ресурси, то витрати – це фонд оплати праці та ін. Корисний результат від діяльності підприємства та одночасно від використання ресурсів називають ефектом. Основними двома показниками господарчої діяльності, які називаються ефектом, є обсяг виручки від реалізації (товарообіг) та прибуток. Прямі показники характеризують величину економічного ефекту, отриманого на одиницю витрат, тобто віддачу витрат (фондовіддача, ресурсовіддача та ін.). Другий вид показників відображає величину витрат, необхідних для отримання одиниці економічного ефекту, тобто фондомісткість товарообігу, фондомісткість продукції. Підвищення ефективності використання основних фондів і виробничих потужностей означає збільшення обсягів виробництва продукції, підвищення віддачі виробничого потенціалу, зниження собівартості продукції, зростання рентабельності виробництва.

Ефективне використання передбачає збільшення часу роботи діючого обладнання за календарний період. Підвищення інтенсивного обладнання завантаження може бути досягнуто при модернізації діючих машин і механізмів, встановлення оптимального режиму їх роботи, що забезпечує збільшення випуску продукції при зниженні витрат матеріальних ресурсів на одиницю продукції.

Отже, основою ефективності використання ресурсів підприємства є зниження матеріаломісткості продукції за рахунок економії сировини, матеріалів, підвищення продуктивності праці за рахунок удосконалення технології виконання робіт.

Література:

1. Майстро Р. Г. Науково-теоретичні основи ефективності. // Р.Г. Майстро, Ю.С. Щербак Вісник НТУ «ХПІ». Харків: НТУ«ХПІ», 2014. - №32 (1075).
2. Майстро Р.Г. Ефективність діяльності промислових підприємств України на основі впровадження інновацій // Р. Г. Майстро, К. С. Демків. Вісник НТУ «ХПІ». Харків: НТУ «ХПІ», 2017. - № 46 (1267). – С. 66-71.

ДЕЯКІ ПИТАННЯ МОДЕРНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ

Зозуля М.О.

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

Численні трансформаційні зміни, що відбуваються в економіці України протягом останніх років, вимагають значних перетворень у сфері державних фінансів. В свою чергу, необхідність реформування бюджетного процесу потребує розвитку бюджетного обліку в сучасних умовах [2].

Питання перспективи розвитку системи бухгалтерського обліку в державному секторі висвітлені у працях Н. Сушко [2], О. Шунь, М. В. Кужельного, А. М. Кузьмінського, В. Г. Лінника та ін. Однак, й досі залишаються невирішеними проблеми у напрямі вдосконалення механізмів управління фінансами на державному рівні.

Система державного управління фінансами вимагає постійного ефективного контролю над цільовим використанням бюджетних коштів [1].

Для підвищення якості, повноти та достовірності даних фінансової звітності, на основі яких приймаються управлінські рішення у сфері державних фінансів, Мінфін ухвалив Стратегію модернізації системи бухобліку та фінзвітності в державному секторі до 2025 року (далі - Стратегія). Новий проект визначає розвиток обліку в усіх бюджетних установах та передбачає ряд певних нововведень. Зокрема, в Стратегії передбачається:

- створення та впровадження інформаційно-аналітичної системи ведення бухгалтерського обліку та складення фінансової звітності суб'єктами державного сектору;
- систематизація облікових процесів;
- покращення формування організаційної структури бухгалтерських служб;
- удосконалення системи підготовки та перепідготовки профільних спеціалістів [3].

Таким чином, модернізація бухгалтерського обліку в державному секторі дозволить наблизити національні стандарти до міжнародних. Однак, це потребує вирішення комплексу завдань для створення до 2025 року єдиного інформаційного простору в галузі бухобліку, який сприятиме подальшому удосконаленню управління держфінансами, стратегічного бюджетного планування, системи контролю за процесом виконання бюджету.

Література:

1. Проект модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2018-2025 роки [електронний ресурс] // Бухгалтер для працівників бюджетної сфери. - 2004-2019, ГК «Фактор». - Режим доступу: <https://buhgalter.com.ua>
2. Сушко Н.І. Напрямки розвитку бюджетного обліку в Україні / Науковий збірник: Наукові праці НДФІ випуск 6(29) - 2004 р. – 189 с.
3. Уряд ухвалив Стратегію модернізації системи бухобліку та фінзвітності в держсекторі до 2025 року [електронний ресурс] // Урядовий портал. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua>.

ПЛАНУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОНОВЛЕННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Івахненко А.В.

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

У сучасних умовах будь-яке підприємство, яке працює в умовах ринкової економіки і конкуренції, для підтримання високого рейтингу на ринку вимагає систематичного оновлення знарядь і засобів праці. Тільки за умови досконалого технічного стану виробничої бази та своєчасного оновлення основних фондів підприємство може розраховувати на успіх. Його діяльності і стабільне економічне зростання.

Завдання оновлення виробничих фондів варто буквально перед усіма промисловими підприємствами країни, з огляду на те, що зростання технічного прогресу вимагає від підприємств випуску сучасної, що відповідає всім міжнародним вимогам якості, продукції, що, природно, призводить до стабільного прибутку підприємства.

У зв'язку з цим особливої актуальності набуває вивчення питань, пов'язаних з процесом оновлення виробничих фондів промислових підприємств, а також пошуком можливих джерел внутрішнього і зовнішнього фінансування технологічного оновлення. Це пояснюється тим, що ефективно оновлення матеріально-технічної бази дозволяє покращити фінансовий стан і конкурентоспроможність підприємства на ринку. Серед вітчизняних науковців, які присвятили свої роботи вивченню даної проблеми, можна виділити Е.С. Бірюкова, Н. В. Опришко, Н.В. Рубан, В.В. Царьова.

Метою доповіді є дослідження фінансування технологічного оновлення промислових підприємств.

Теоретико - методологічною основою дослідження виступали праці вітчизняних і зарубіжних вчених, присвячених проблемі технологічного розвитку промислових підприємств.

Оновлення виробничих фондів практично для кожного підприємства є першочерговим завданням в політиці управління виробництвом. Однак не кожна компанія володіє необхідним запасом коштів. Вищевикладені джерела фінансування дозволяють керівництву підприємства прийняти грамотне управлінське рішення з питання оновлення основних виробничих фондів. Однак необхідно мати на увазі, що модернізація виробництва не гарантує підприємствам стабільну прибуткову діяльність - відсутність належного оновлення засобів виробництва протягом тривалого часу поставили вітчизняну промисловість в скрутне становище. Тому для збереження конкурентоспроможності на стійкості на ринку необхідно мати ефективне управління, жорсткий контроль і оперативне планування.

ПЛАНИРОВАНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Ивахненко А.В., Абдуллаева У.

*Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»,
г. Харьков*

Стратегическое планирование является важной частью внешнеэкономической деятельности предприятия. Суть планирования можно определить как умение предусмотреть цель предприятия, результаты его деятельности и необходимые ресурсы для достижения этой цели. В сфере ВЭД планирование означает также умение определять цель ВЭД как составную часть общей системы внутреннего планирования. Основная цель ВЭД не должна расходиться с общей целью предприятия, должна быть направлена на их успешное осуществление за счет внешних факторов экономического роста:

Ситуация, которая сложилась в экономике Украины, привела к снижению платежеспособного спроса на продукцию отечественных производителей на внутреннем рынке. Это заставляет украинские предприятия направлять произведенную ими продукцию на внешние рынки, где больше объем спроса и относительно высокий уровень цен.

Актуальность работы заключается в том, что в связи с нестабильной политической ситуацией внутри страны, глобализацией экономики, установлением коммерческих и деловых взаимоотношений, выход предприятий на мировые рынки является чрезвычайно важным.

Вопросы формирования и развития внешнеэкономической деятельности в рыночных условиях широко освещены в работах ученых и специалистов: С. Андрианова, П. Завьялова, Л. Козика, М. Портного, Е. Прокушева, Э. Рубинской, И. Фаминского, М. Портера, Ж. Ламбена и др.

В современных условиях жестокой конкурентной борьбы на мировом рынке потребность в планировании ВЭД значительно возрастает. В зависимости от степени неопределенности в планировании, временных ориентаций идей планирования, границ планирования и т.д., в мировой практике используют разные типы планирования ВЭД. Например, в зависимости от того, какую границу (период) времени охватывают планы, составленные на предприятии, планирования делятся на три типа: долгосрочные, средне срочные, краткосрочные. С помощью современных индикаторов состояния предприятия появляется возможность выбрать наиболее эффективный вариант планирования стратегии внешнеэкономической деятельности с последующим внедрением на конкретном предприятии.

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ПРОЕКТУВАННЯ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Івахненко А.В., Біленко Н. А.
*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

У сучасних ринкових умовах будь-якому підприємству, що прагне отримати прибуток, потрібно покращувати показники своєї діяльності, вивчити потреби споживачів і відповідно розробляти інноваційні товари, впроваджувати новітні технології і знижувати при цьому витрати виробництва.

Необхідність в здійсненні інвестиційної діяльності є наслідком різних факторів, але, як правило, найголовніший серед них - це прагнення до зростання. Тобто, головною метою інвестування є забезпечення реалізації щонайбільш ефективних форм вкладення капіталу, направлених на розширення економічного потенціалу підприємства.

Актуальність даної теми полягає в тому, що в Україні зараз спостерігаються кризові явища промислового сектору і дослідження теми інвестицій, як інструменту розвитку є доцільним.

Проблемам інвестиційної політики на підприємствах присвячені дослідження цілого ряду відомих іноземних і вітчизняних вчених-економістів Й.Ф. Магі, С.К. Майєрса, Г.А. Сіка, П.М. Хавранєка, В.Н. Беренса, Т.Г. Бень, І.А. Бланка, І.Т. Балабанова, О.С. Галушко, І.В. Багрова, А.В. Верби, А.Б. Ідрисова, Р.Б. Тянь, С.О. Москвіна, В.А. Ткаченко, В.П. Савчука, В.Г. та інших.

Метою дослідження є розкриття питання планування інвестиційного проекту, техніко-економічного обґрунтування проекту, оцінки його ефективності, ризиків проекту, вибору джерел фінансування інвестиційного проекту, формування системи управління реалізацією інвестиційного проекту.

В основі прийняття інвестиційних рішень лежить оцінка інвестиційних якостей планованих об'єктів інвестування, яка відповідно до методики сучасного інвестиційного аналізу здійснюється за певним набором критеріальних показників ефективності. Визначення значень показників ефективності інвестицій дає оцінити розглянутий інвестиційний об'єкт з позиції прийнятності для подальшої його реалізації.

Найважливішою складовою в єдиній інформаційній системі управління інвестиціями є фінансовий аналіз, який не тільки визначає якість, повноту, оперативність, економічність сукупного інформаційного потоку управління, а і є кінцевим продуктом для вибору оптимальних управлінських рішень не тільки у стадії проектування капіталопотоків, але й у процесах реалізації бізнес-проектів, оцінки їх мікро- та макроекономічної вигоди, наскрізного й прозорого контролю за використанням фінансових ресурсів.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ

Івахненко А.В., Ситник О.М.

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

У сучасних умовах економічної діяльності у промислового підприємства виникає потреба в оптимізації дебіторської заборгованості, проведення розрахунків зі своїми контрагентами, бюджетом, податковими органами. Надаючи послуги та відвантажуючи вироблену продукцію підприємство, як правило, не отримує гроші в оплату негайно, тобто по суті воно кредитує покупців. Тому протягом періоду від моменту відвантаження продукції до моменту надходження платежу кошти підприємства «заморожені» у вигляді дебіторської заборгованості, рівень якої визначається багатьма факторами, такими як вид продукції, місткість ринку, ступінь насиченості ринку даною продукцією, умови договору, прийнята на підприємстві система розрахунків і так далі. Це обумовлює актуальність теми дослідження.

Питання управління і аналізу дебіторської заборгованості підприємств в рамках теорії фінансового менеджменту розглянуті в роботах таких відомих вітчизняних і зарубіжних учених: Ю. Бріггема, Дж.К. Ван Хорна, Дж. Ш. Шима, Д. Маршала, Т.Е. Унковської, В.М. Суторміної, А.А. Мазаракі, А.І. Ковальова, А.Г. Гончарука та ін.

Проблема. Не зважаючи на існуючий значний доробок за даною темою, існують питання, які потребують детальнішого вивчення це встановлення сутності дебіторської заборгованості підприємств, методика управління нею та не встановлено єдиного алгоритму керування дебіторською заборгованістю.

Метою дослідження є розробка заходів щодо удосконалення процесу управління дебіторською заборгованістю підприємства, дослідження етапів управління дебіторською заборгованістю, а також обґрунтування алгоритму управління заборгованістю з метою її оптимізації.

Для вирішення поставлених задач необхідно використати методи аналізу, дедукції, узагальнення, класифікації.

Правильний та своєчасний аналіз дебіторської заборгованості дозволяє оцінити ефективність і збалансованість товарного кредиту і надання знижок покупцям, визначає сфери, в яких необхідно докласти додаткових зусиль для повернення боргів, дає базу для створення резерву сумнівних боргів, сприяє прогнозуванню надходження коштів.

УПРАВЛІННЯ ВИБОРОМ СТРАТЕГІЙ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ

Ілляшенко С.М.

Сумський державний університет, м. Суми

Економіко-гуманітарний університет, м. Бельсько-Бяла

Виконано аналіз особливостей реалізації двох стратегічних підходів до комерціалізації інноваційної продукції: у вигляді об'єктів інтелектуальної власності (патенти, ліцензії, ноу-хау тощо); у вигляді нових продуктів (виробів чи послуг) та (чи) технологій їх виготовлення (надання). Показано, що у межах зазначених стратегічних підходів можна виділити різні варіанти їх реалізації. Виділення варіантів виконано за ступенем радикалізації інноваційних розробок, а також стадіями інноваційного і життєвого циклу створених на їх основі продуктів [1, С. 79-86]. Кожному з варіантів поставлено у відповідність інноваційну стратегію, що її реалізує підприємство-інноватор.

Розроблено і науково обґрунтовано рекомендації щодо вибору конкретних варіантів інноваційних стратегій (табл. 1), який запропоновано виконувати за результатами аналізу та оцінки складових підсистем потенціалу інноваційного розвитку (ППР) підприємства-інноватора за відомою методикою [2, С. 52-73]. Оцінка 0 свідчить про недостатній рівень відповідної складової, 1 – про достатній. Курсивом виділені стратегії, які передбачають комерціалізацію об'єктів інтелектуальної власності.

Таблиця 1 - Таблиця рішень для вибору інноваційних стратегій підприємства

Підприємства-інноватори	Оцінка складових ППР підприємства: ринкового, інтелектуального, виробничо-збутового потенціалів					
	1, 1, 1	1, 1, 0	1, 0, 1	0, 1, 1	1, 0, 0	0, 1, 0
Великі і середні	Наступальна		Імітаційна, Захисна	Захисна		
Малі	Нішера	<i>Імітаційна, Ліцензування</i>		Нішера	Імітаційна	<i>Ліцензування</i>

Запропоновані рекомендації надають можливість цілеспрямовано і за формальними процедурами здійснювати обґрунтований вибір стратегій комерціалізації інновацій підприємства (в межах зазначених вище двох стратегічних підходів), враховуючи при цьому характеристики підприємства-інноватора і умови зовнішнього середовища. За рахунок цього зменшується ризик прийняття неадекватних управлінських рішень і зростають шанси на успіх інноваційної діяльності.

Література:

1. Ілляшенко С.М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань: монографія / С.М. Ілляшенко. – Суми: ТОВ «Діса плюс», 2016. – 192 с.
2. Механізм управління потенціалом інноваційного розвитку промислових підприємств: монографія / за ред. к.е.н., доцента Ю.С. Шипуліної. – Суми: ТОВ "ДД "Папірус", 2012. – 458 с.

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА ШЛЯХОМ РОЗВИТКУ ЙОГО КЛЮЧОВИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ

Іпполітова І. Я.

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, м. Харків

В роботі розглянуто питання взаємозв'язку процесу розвитку ключових компетентностей підприємства для формування його стійких конкурентних переваг. Звертаючи увагу на те, що умови функціонування вітчизняних підприємств є далекими від ідеалу, розвиток підприємства виступає необхідною умовою забезпечення їхньої життєздатності. В свою чергу, управління розвитком підприємства – це цілеспрямована діяльність усіх суб'єктів господарювання, що забезпечують становлення, стабілізацію, оптимальне функціонування і обов'язковий розвиток підприємства. Одним із завдань управління розвитком підприємства є утримання та зміцнення стійких та тривалих конкурентних переваг підприємства на ринку у довгостроковій перспективі, адже вони є найбільш ефективні у підтриманні конкурентних позицій. Розвиток цих переваг потребує в більшості випадків суттєвих інвестицій та достатніх часових ресурсів. Одним із засобів формування таких переваг є підвищення рівня компетентності підприємства, бо це найважливіший момент у досягненні підприємством сталої конкурентної позиції на ринку.

Стійкі компетентності, які забезпечують унікальність продукції та послуг та які важко відтворити створюють групу ключових компетентностей. Вони представляють собою ті особливості та характеристики, технології та навички, що створюють нові можливості розвитку у мінливих ситуаціях і дозволяють підприємству забезпечувати потенційний доступ до цільових ринків. Ключові компетенції являють собою сукупність навичок і технологій, які базуються на явних та прихованих знаннях, забезпечують формування цінностей у системі клієнта, є оригінальними стосовно конкурентів і відкривають доступ до нових ринків. Їх складно імітувати та передавати. Ресурси підприємства приймають форму ключових компетентностей, лише в тому випадку, коли відбір і комбінація ресурсів здійснюється краще, оригінальніше, швидше за конкурентів. Ключові компетентності мають стабільно забезпечувати конкурентні переваги та ресурсну асиметрію відносно ринкових суперників. Можливість відтворення конкурентами ключової компетентностей призведе до її знецінення. Оскільки, компетентність підприємства це особливий для окремого виду організації специфічний стратегічний актив, то визначення та розвиток ключових компетентностей завжди потребує постійних досліджень, особливо, щодо втілення їх у діяльність промислових підприємств.

Отже, розвиток ключових компетентностей дозволить підтримувати та створювати конкурентні переваги і для цього необхідно розуміти їх природу, тобто їх ієрархію на сучасних підприємствах. Тому оцінювання рівня компетентності підприємства є необхідною умовою визначення її складових, що розвинуті недостатньо, для їхнього розвитку у довгостроковій перспективі, це призведе до утримання підприємством конкурентної позиції навіть у нестійкому, мінливому середовищі на відміну від підприємств-конкурентів.

ВПЛИВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ТЕРИТОРІЇ

Іщук Л.І., Кохан Ю.С.

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

В роботі досліджено роль місцевих бюджетів в соціально-економічному розвитку регіонів.

Отже можна зазначити, що для реального забезпечення принципів самостійності бюджетів усіх рівнів необхідно, щоб кожна ланка бюджетної системи мала чітку, визначену законом дохідну базу, а взаємовідносини між державним і регіональним бюджетом будувались з урахуванням специфіки і перспектив соціально-економічного розвитку регіонів. Місцеві бюджети відіграють важливу роль у вирішенні загальнодержавних економічних і соціальних завдань: розвитку інфраструктури регіонів, фінансуванні агропромислового комплексу, промисловості і енергетики, будівництва. Разом з тим, основними напрямками використання регіональних бюджетних ресурсів є фінансування соціальної сфери. Тому зрозумілим є посилення інтересу до пошуку оптимальної моделі розподілу фінансових ресурсів необхідних для фінансування видатків місцевих бюджетів в Україні та адаптація регіональної фінансової політики до європейського рівня.

Значною мірою впливає на соціально-економічний розвиток регіону бюджет розвитку місцевих бюджетів (рис.1).

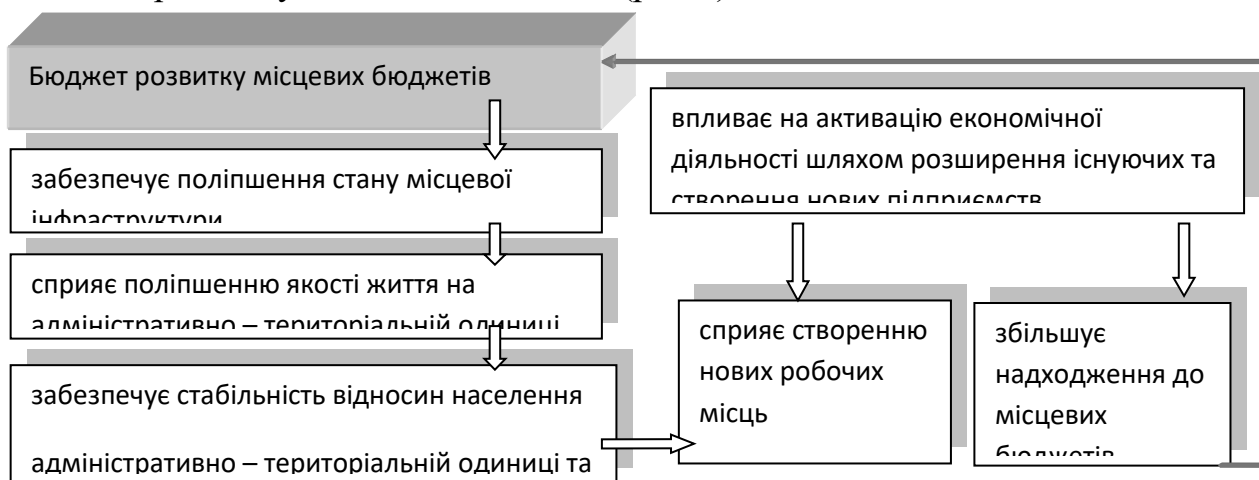


Рис. 1. Вплив бюджету розвитку місцевих бюджетів на соціально-економічний розвиток території.

Тому слід приділити значну увагу спрямуванню видатків бюджету розвитку на: капітальні вкладення на розвиток виробництва і соціальної сфери; пошукові та науково-дослідні роботи; фінансування, кредитування інвестиційних проектів, відібраних на конкурсній основі.

Література:

1 Бюджетний кодекс України: за станом на 01.01. 2019 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України // Режим доступу: <https://zakon.help/law/2019>.

2. Ніколаєва А.М. Ефективне використання бюджетних коштів у системі соціально-економічного розвитку регіонів / А.М. Ніколаєва // Економічний форум. Наук. ж-л. – Луцьк: РВВ ЛНТУ, 2018. – №4. – 337 с.

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА: ДИНАМІЧНА РІВНОВАГА ТА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА

Йохна В.М.

Хмельницький національний університет, м. Хмельницький

Світова практика успішного господарювання показує, що одним із найпотужніших джерел протистояння конкурентам і підтримання високих темпів економічного розвитку підприємств є активна, результативна і ефективна інноваційна діяльність. Це дає їм змогу розвивати свій ресурсний потенціал відповідно до світових трендів у сфері науково-технічної діяльності, розвивати продуктивний ряд з урахуванням вимог цільових груп споживачів та індивідуальних замовників, формувати нові споживчі потреби, створювати нові ринкові сегменти тощо. Водночас важливо забезпечити належну віддачу від реалізації інновацій – для того, щоб суб'єкти господарювання були вмотивовані до переважного використання саме інноваційних чинників при розробленні стратегії конкурування на ринку, який все більше глобалізується.

Така віддача, серед іншого, залежить і від здатності менеджменту мінімізувати ризики інноваційного розвитку, підтримуючи підприємство в стані динамічної рівноваги. Це завдання є багатокомпонентним, його вирішення неодмінно потребує формування критеріальної бази для опису такого стану підприємства, який відповідає поняттю «динамічна рівновага», а також – допустимого рівня відхилення від нього. Доцільно припустити, що методологічною основою вирішення цього питання може бути концепція підтримання фінансово-економічної безпеки підприємства в процесі його інноваційного розвитку. Відповідно до неї оцінювання поточного стану підприємства може описуватися динамікою економічних показників, що відображають рівень його фінансової стійкості, який може служити одним із факторів вибору типу стратегії інноваційного розвитку (табл. 1).

Таблиця 1

Характеристика стану стійкості підприємства за різних стратегій інноваційного розвитку

Характеристика поточного стану	Набір інноваційних стратегій
Некритичні значення показників фінансової стійкості за позитивних значень <i>EVA</i>	Наступальна стратегія для досягнення технологічного і ринкового лідерства, імітаційна стратегія
Некритичні значення показників фінансової стійкості за невід'ємних значень <i>EVA</i>	Помірно наступальна стратегія («за нагодою», нішева»), захисна, імітаційна, залежна
Середні значення показників фінансової стійкості за невід'ємних значень <i>EVA</i>	Захисна, імітаційна, залежна
Низькі значення показників фінансової стійкості за від'ємних змін <i>EVA</i>	Захисна, підготовка до розвитку

Очевидно, що для сталого поступального розвитку вона має зберігати певну позитивну тенденцію – як у плані збереження фінансової стійкості, так і щодо зростання економічної доданої вартості. Предметом наступних досліджень є побудова моделі підтримання фінансово-економічної безпеки в процесах інноваційного розвитку підприємства.

ВИЗНАЧЕННЯ АКТУАЛЬНОСТІ ТА СТРАТЕГІЧНОЇ РОЛІ ОСОБИСТОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РУХУ ДОДАТКОВОГО ПРОДУКТУ

Кабанець І А.

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

Актуальність теми обумовлена зростанням ролі відповідальності персоналу в формуванні додаткового продукту, що є запорукою стратегічної конкурентоспроможності організації. В сучасних умовах реалізація стратегії підприємства залежить від багатьох факторів, серед яких й рівень особистої відповідальності персоналу. Додатковий продукт, рух якого обумовлено відповідальною працею робітників, спонукає останніх контролювати досягнення найкращих результатів в межах стратегічних цілей спільної діяльності [1, 2, 3, 4].

Автором надано рекомендації щодо формування системи мотивації персоналу, який здійснює безпосередній вплив на особисту відповідальність до формування додаткового продукту та його руху.

Також, визначено стратегічну роль особистої відповідальності персоналу в формуванні та руху додаткового продукту, що визначається в наступному: зацікавленості та активній ініціативі персоналу щодо інноваційного розвитку підприємства, як результат успішної дієвої системи мотивації; збільшенні обсягів виробництва та органічному поєднанні праці та власності; впровадженні принципів самоуправління; забезпечені не тільки неперервності економічного процесу, а й пропорційного накопичення коштів для персоналу, які розглядаються в якості носія інформації про рух додаткового продукту.

Практична цінність даної роботи полягає в визначенні актуальності та стратегічної ролі особистої відповідальності персоналу в формуванні та руху додаткового продукту, що створює інформаційну базу для аналізу економічних параметрів діяльності персоналу, дозволяє усвідомити керівникам підприємств залежність стратегічної конкурентоспроможності від ступеню особистої відповідальності за результати спільної діяльності.

Перспективи подальших розробок по даній тематиці спрямовані на розробку практичного аспекту впровадження різних методів мотивації на підприємствах та посилення дії мотивації на ефективність праці персоналу з метою забезпечення високої особистої відповідальності персоналу.

Література:

1. Введення у філософію відповідальності. Монографія / А. І. Ореховський [и др.]; під заг. ред. А. І. Ореховського. - Новосибірськ: СіБГУТІ., 2005. - 186 с.
2. Гигорян Г.М. Категория труда и ее метаморфозы в экономической науке. Социальная экономика. Научный журнал– Харьков: Изд.,ХНУ им. В. Н. Каразина, № 1-2, 2004, январь-июнь. - С. 51 – 72.
3. Дуда С.Т. Мотивація та результативність праці персоналу підприємства: їх сутність та взаємозв'язок / С.Т. Дуда, Х.Р. Кіцак // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України, 2010. – Вип. 20 (14). – С. 188–193.

СИСТЕМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

Калініченко Л.Л., Чупир О.М.

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

Невід'ємним складником національної безпеки України є стабільна робота підприємств. Головною метою забезпечення економічної безпеки підприємства є досягнення максимальної стабільності функціонування, а також створення основи і перспектив зростання для виконання мети бізнесу, незалежно від об'єктивних і суб'єктивних чинників (негативних дій, чинників ризику) загроз. У загальній системі управління підприємством підсистема забезпечення безпеки тісно пов'язана з кадровою безпекою. Пропонуємо під кадровою безпекою розуміти такий стан індивідуумів, колективу підприємства, його людського потенціалу та системи управління персоналом, при якому забезпечується ефективне використання економічного потенціалу та розвиток підприємства. Відповідно до цього кадрова небезпека проявляється у вигляді кадрових ризиків та пов'язаних з ними загроз, що призводять до виникнення кризових явищ на підприємстві.

Загальні задачі кадрової безпеки підприємств:

- участь у формуванні кадрової стратегії підприємства, процесах планування людських ресурсів, інформаційній, фінансовій політиці, розвитку й оцінці персоналу;
- формування вимог до співробітників підприємства щодо безпеки;
- складання відповідної нормативної документації для співробітників служби управління кадрами;
- складання нормативної документації для інших співробітників підприємства на користь дотримання кадрової безпеки;
- проведення інформаційно-роз'яснювальної роботи зі співробітниками підприємства;
- виявлення, попередження і припинення небажаних дій з боку співробітників підприємства, що можуть спричинити завдання шкоди його інтересам;
- проведення заходів, направлених на недопущення осіб до заняття посадових позицій, зловживаючи якими, вони можуть завдати своїми діями шкоди підприємству;
- моніторинг, направлений на забезпечення кадрової безпеки.

Таким чином, система забезпечення кадрової безпеки має включати такі підсистеми: підсистема оцінки кадрової безпеки, підсистема ідентифікації кадрового ризику, підсистема формування портфелю ризиків, підсистема моделювання заходів з нейтралізації ризиків, підсистема реалізації заходів з забезпечення кадрової безпеки.

АНАЛІЗ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ КОМПАНІЇ

Капустянова А. А.

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

Необхідною умовою інноваційного розвитку підприємства є ефективне управління всіма видами ресурсів, в тому числі нематеріальними активами (НМА). Вчені, фахівці, які досліджують нематеріальні активи підприємства, по-різному формулюють ядро цих складно ідентифікованих активів. Бухгалтери та аудитори оперують терміном «гудвіл», маркетологи використовують поняття «бренд», PR-менеджери частіше говорять про «ділову репутацію» [1, 2]. Згідно п. 4 П(С)БО 8 нематеріальні активи – немонетарний актив, який не має матеріальної форми та може бути ідентифікований [3]. Залучення НМА в господарський оборот і їх ефективне використання, на думку багатьох вчених має вагомим значення при формуванні доходу і, як наслідок, росту вартості компаній. Переорієнтація на максимізацію вартості зумовила появу «вартісних» технологій управління, які в даний час трансформувалися в інтегровану концепцію управління компанією за вартістю, що ґрунтується на фундаментальних результатах теорії корпоративних фінансів і методах стратегічного менеджменту. Згідно організаційно-економічного механізму формування та розвитку нематеріальних активів існує два варіанти вирішення проблеми підвищення частки нематеріальних активів в капіталізації підприємства: 1) традиційний метод використання нематеріальних активів на основі підвищення їх вартості в управлінському та бухгалтерському обліку; 2) інноваційний метод на основі створення системи стратегічного управління такими активами [2]. Стратегія управління НМА включає в себе такі питання як: формування системи та інфраструктури управління НМА, управління процесом придбання або створення НМА господарським способом, управління процесом формування вартості НМА і вартості підприємства в цілому, управління процесом комерціалізації НМА. Для реалізації механізму процедури комерціалізації НМА нами обрана піраміда, щаблі якої відображають послідовність кроків до результату і одночасно факт зменшення кількості об'єктів, які перейшли на наступний етап. Для забезпечення інформаційної прозорості доцільно формувати варіант управлінського балансу, в якому враховуються приховані нематеріальні активи, наявність даних про які разом з грошовими потоками, що їх обумовлюють, дозволяє більш точно представляти фінансовий стан підприємства і прогнозувати його діяльність системі управління вартістю компанії.

Література:

1. Єршова Н.Ю. Визначення нематеріальних активів та їхня оцінка. Вісник ЗНУ. 2010. № 2(6). С. 157 – 161.
2. Ревва А.М. Роль нематеріальних активів у стратегії розвитку промислових підприємств [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DB
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 "Нематеріальні активи" затверджено наказом Міністерства фінансів від 18.10.1999 № 242.

ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Кармінська-Бєлоброва М.В.

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

Проблеми підвищення трудової мотивації працівників є найважливішим завданням керівника будь-якого виробництва. Без їх вирішення навряд чи можливе реальне поліпшення якості продукції, що випускається, а також підвищення ефективності діяльності виробництва і галузі в цілому на основі раціонального використання фінансових, матеріальних і кадрових ресурсів. В даний час доведено, що гроші не завжди спонукають людину працювати старанніше. Ефективність управління організаціями в умовах розвитку ринкових відносин багато в чому залежить від стану і дієвості систем мотивації і стимулювання праці їх працівників.

На сьогоднішній день в області соціально-трудових відносин зміни відбуваються досить гостро. Управління процесами консолідації трудової діяльності персоналу, забезпечення інтересів і цілей окремих працівників і підприємства в цілому, побудови ефективних систем мотивації та стимулювання персоналу не приділяється належної уваги. Гострота проблеми підвищення мотивації найбільш відчутна в сфері діяльності робітників, які мають безпосереднє відношення до створення кінцевого продукту, з якого в подальшому і формується дохід підприємства. Тим часом, формування і розвиток ефективної мотиваційної системи на підприємстві дозволило б в значній мірі знизити рівень конфліктності в колективі, гармонізувати відносини в системах «працівник - роботодавець» і «працівник - працівник», реально підвищити рівень самоорганізації та самоврядування і, отже, продуктивність і якість праці.

Мотивація трудової діяльності являє собою процес задоволення потреб і очікувань працівників від обраної діяльності в рамках даного виробництва на основі застосовуваного на ньому комплексу заходів стимулювання, спрямованих на підвищення ефективності їх праці. Формування мотиву праці відбувається лише в тому випадку, якщо в розпорядженні керівника підприємства є необхідний набір благ, відповідний соціально обумовленим потребам людини.

Таким чином, в час тотального науково-технічного прогресу, необхідно визначити установки і потреби людей в порядку їх значимості і забезпечити можливість їх задоволення в процесі трудової діяльності. При цьому слід враховувати, що справжні мотиви поведінки людини досить складні і не завжди доступні для розуміння, в тому числі і для самого індивідуума. У зв'язку з цим, на відміну від традиційної, сучасна система мотивації повинна мати ряд відмінностей: бути більш індивідуалізованою і гнучкою; мати більш тонкі інструменти; більшою мірою враховувати динаміку розвитку, як самого професіонала на підприємства, так і галузі, в якій здійснюється його трудова діяльність; бути більш багатоаспектною; припускати забезпечення постійної взаємодії системи «працівник - роботодавець», «працівник - працівник»; здійснювати використання контролюючих та корекційних процедур.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Кармінська-Бєлоброва М.В.

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

Управлінське рішення являє собою закономірний результат діяльності керівника і реалізується в формі директивного цілеспрямованого впливу на об'єкт управління, тобто це акт цілеспрямованого зміни ситуації, вирішення проблеми, варіант впливу на систему і процеси, що відбуваються в ній. Управлінські рішення припускають дії керівництва, що ведуть до розв'язання суперечності і зміни ситуації. Будь-яке рішення ґрунтується на аналізі даних, що характеризують ситуацію, визначенні цілей і завдань і містить програму, алгоритм дій по реалізації заходів. Управлінські рішення - це власне основний результат діяльності керівника на будь-якому рівні ієрархії управління.

Залежно від рівня управління змінюються ступінь відповідальності і наслідки прийнятих рішень. Так, деякі керівники мають повноваження для прийняття рішень з фінансових, кадрових питань, проблем якості продукції. В процесі розробки рішень аналізують інформацію, здійснюють комунікації з керівниками інших рівнів управління, з безпосередніми виконавцями заходів, замовниками, продумують сценарії розвитку ситуації, проводять ділові наради, вибирають найкращу альтернативу. Процес прийняття управлінського рішення складається з послідовних стадій, таких як поява проблеми, діагностика стану процесів в організації, розробка рішення і контроль за виконанням запланованих заходів. Всі ці етапи є необхідними сходинками на шляху до ефективності управління. Будь-яка організація починаючи з моменту свого виникнення стикається з цілою низкою проблем, які можуть спровокувати небезпечну ситуацію, що супроводжується різким погіршенням показників діяльності: ліквідності, платоспроможності, рентабельності, оборотності оборотних коштів, фінансової стійкості. Ринкові форми господарювання в умовах жорсткої конкуренції призводять до неспроможності окремих суб'єктів господарювання або їх тимчасової неплатоспроможності, що вимагає ухвалення рішення, здатного змінити ситуацію, поліпшити стан організації

Управлінські рішення різні за змістом, часових параметрів, рівням планування, проте всі вони - невід'ємна складова процесу управління. Ефект їх реалізації безпосередньо залежить від здатності прогнозувати ситуацію, передбачати наслідки прийнятих рішень, вміння використовувати не тільки власний потенціал, але перш за все можливості групи і колективу в цілому. Людський фактор передбачає, що в складному процесі розробки управлінських рішень ключову роль грає людина. Це і керівник, і провідний спеціаліст, і рядовий виконавець. Від злагодженої роботи всіх працівників залежить якість рішень і ефективність спільної діяльності.

Таким чином, вивчаючи людський фактор розробки управлінських рішень, відзначимо: визначальна роль в цьому складному процесі належить керівнику. Вимоги до професійної компетенції включають не тільки необхідні знання та навички, а й певні людські властивості його як особистості.

**СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ
В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ**
Кармінська-Белоброва М.В., Ільченко Ю.О.
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Сучасна ситуація в економіці, що складається під впливом кризових явищ, посилення конкуренції на ринку вимагають від економічних суб'єктів пошуку нових способів підвищення ефективності діяльності. При цьому персоналу організацій відводиться особлива роль, так як конкурентні переваги сучасні компанії отримують не тільки за рахунок більш раціонального використання матеріально-виробничих ресурсів, але і за рахунок наявного кадрового потенціалу. Підвищення ролі людських ресурсів обумовлено використанням сучасних інноваційних технологій в управлінні персоналом. Інноваційні технології в сфері навчання і розвитку персоналу, які отримали найбільше поширення сьогодні, це коучинг і тимблдінг, використовувані для розкриття потенціалу кожного і побудови команди.

До факторів, що викликають необхідність впровадження нових інноваційних технологій в сфері управління персоналом компанії слід віднести: скорочення показників зростання і розвитку виробництва, несприятливий стан економіки, скорочення витрат на персонал, зниження продуктивності праці.

Одним з напрямків забезпечення компаній кваліфікованими кадрами є розробка і реалізація політики в галузі навчання та розвитку власного персоналу. Для реалізації політики навчання і розвитку персоналу багато великих компаній створюють корпоративні університети, наукові центри, впроваджують систему наставництва, що дозволяє шляхом наступності професійних навичок розвивати у працівників необхідні компетенції. Іншим напрямком забезпечення компанії професійними кадрами є формування дієвої системи рекрутингу, що представляє собою комплекс заходів з пошуку і відбору необхідних для організації фахівців. У великих компаніях передбачена постійна посаду рекрутера або HR-менеджера, в прями обов'язки якого входить набір персоналу [1].

До сучасних методів нематеріального стимулювання співробітників можна віднести підтримку у вигляді соціального пакета, оплати проїзду, мобільного зв'язку, харчування, медичних послуг, санаторно-курортного лікування; можливість самореалізації через кар'єрний ріст; проведення різних конкурсів і змагань як командних, так і індивідуальних, особливо це актуально для сфери продажів.

Практика показує, що застосування інноваційних технологій в управлінні персоналом тягне за собою зміни в інших сферах діяльності організації. Розуміння актуальних напрямків у розвитку та впровадженні інноваційних технологій в управлінні персоналом дозволить підвищити взаємну задоволеність у праці між співробітниками і компанією.

Література:

1. Федулова Л.І., Гавловська Н.І., Декалюк О.В. Сучасні концепції менеджменту. – К.: ЦУЛ, 2007. – 536 с.

ІННОВАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Кармінська-Бєлоброва М.В., Сахацька Є.І.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Реалізація функцій управління здійснюється за допомогою системи методів управління. Привести в дію організовану систему, щоб отримати потрібний результат, можливо лише шляхом впливу на неї управляючого органу чи особи. При цьому необхідні певні інструменти погодженого впливу, які і забезпечують досягнення поставлених цілей. Такі інструменти дістали назви методів управління.

Під поняттям управлінські нововведення (або управлінські інновації) розуміється прибуткове використання нововведень у вигляді нових технологій, видів продукції і послуг, організаційно-технічних і соціально-економічних рішень виробничого, фінансового, комерційного, адміністративного або іншого характеру. Підставою для управлінських нововведень є зміна задач, розв'язуваних підприємством, що, у свою чергу, викликано об'єктивними змінами, які відбуваються в зовнішній середовищі його діяльності. [1].

Організаційні інновації на підприємстві є організаційним удосконаленням його функціонування як цілого, а також організаційним удосконаленням окремих його підрозділів з метою одержання відповідних економічних результатів. Організації (підприємства) є конкретним середовищем, у якому здійснюється інноваційний процес від народження ідеї до її реалізації[2].

Вивчення типів взаємозв'язків між нововведенням і організацією дає змогу розглянути феномен нововведення з різних точок зору як явище, що впливає на діяльність підприємства і його результати, і як процес, розвиток якого залежить від підприємства, системи управління, ставлення менеджерів до інновацій.

У сучасній економіці роль інновацій значно зросла. Це викликано тим, що в ринковій економіці інновації являють собою зброю конкуренції, тому що інновація веде до зниження собівартості, до зниження цін, до зростання прибутку, до створення нових потреб, до припливу грошей, до підвищення іміджу (рейтингу) виробника нових продуктів, до відкриття і захоплення нових ринків, у тому числі зовнішніх.

Інноваційна діяльність у повному обсязі має комплексний, системний характер і охоплює такі види роботи, як пошук ідей, ліцензій, патентів, кадрів, організацію дослідницької роботи, інженерно-технічну діяльність, яка об'єднує винахідництво, раціоналізацію, конструювання, створення інженерно-технічних об'єктів, інформаційну та маркетингову діяльність.

Усе це створює прогресивні умови для інноваційного розвитку та активізації інноваційних процесів. Тобто інноваційна діяльність розглядається як сукупність робіт, які виконуються певними організаційними структурами від зародження ідеї, її розроблення і до комерціалізації в умовах конкуренції

Література:

1. Мошек Г.Є., Поканєвич Ю.В. Менеджмент. – К.: Кондор, 2009. – 392 с.
2. Цимбалюк С.О. Технології управління персоналом. – К.: КНЕУ, 2009. – 399 с.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОБУЧЕНИЯ УКРАИНСКИХ СТУДЕНТОВ- ЭКОНОМИСТОВ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Кисс Кристина, Кобелева Т.А.

Мишкольцкий университет, м. Мишкольц

На современном этапе развития Украины имеют место широкие политические, экономические и культурные связи со многими зарубежными странами. Увеличивается количество предприятий, работающих с зарубежными партнерами. Работа на таких предприятиях требует от специалистов - вчерашних студентов - умение общаться на иностранном языке. Проблема обучения иноязычной диалогической речи студентов неязыковых вузов довольно актуальной.

Реалии обуславливают необходимость овладения будущими экономистами иностранным языком на уровне, достаточном для успешного осуществления ими профессиональной деятельности. В связи с распространенностью в современном мире английского языка особое значение приобретает формирование у студентов англоязычной коммуникативной компетентности, компонентом которой является компетентность в чтении. Научить читать по-английски означает предоставить специалисту возможность знакомиться с новейшими достижениями в профессиональной сфере, а следовательно, способствовать совершенствованию не только уровня англоязычной компетентности в чтении, но и профессионального уровня в целом.

На наш взгляд, умение вести диалог на английском языке не является результатом формирования отдельных умений, - оно вырабатывается как самое необходимое умение учебного сообщества. Сообщество студентов, умеют вести учебный диалог, рождается, если с первых дней процесс обучения является совместным поиском выполнения учебного задания и впадает в коллективный, групповой, парный диалог. Кропотливый труд сообщества студентов и преподавателя дает нужные результаты - в конце курса изучения иностранного языка по профессиональному направлению студенты уже могут общаться на английском языке друг с другом (а в будущем - с иностранными вещателями) на бытовые и профессиональные темы. Разработать специальные упражнения для формирования навыков диалогической речи - перспективы наших дальнейших исследований.

Литература

1. Білогорка Л. В. Методичні особливості навчання майбутніх економістів читання англійських фахових текстів / Л. В. Білогорка // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія : Педагогіка. - 2015. - № 2. - С. 107-113.
2. Орищин І. С. Навчання студентів-економістів англійському діалогічному мовленню / І.С.Орищин, О.Л.Цубова // Вісник НУ «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. - 2013. - № 767. - С. 389-393.
3. Кисс К. Erasmus+ для харьковських студентів в Мишкольцькому університеті / С.Наги, К.Кисс, П.Г.Перерва // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я. MicroCAD–2018 16-18 травня - Ч. 3.– Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – С. 66.

НАТИВНА РЕКЛАМА: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Кітченко О.М., Ібрагімов Т.Н.

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

В останні роки бурхливий розвиток інформаційних технологій стає відповідальним за появу та створення нових інструментів маркетингових комунікацій з огляду на зниження ефективності основних форматів інтернет-реклами, а саме банерної реклами. Достатньо значна увага приділяється питанням, пов'язаним з розвитком та розробкою нових способів та технологій просування продукції на ринку, які мали б можливість безперешкодно інтегруватися в рекламний простір. Однією з таких технологій є нативна реклама.

На даний момент не існує єдиного поняття, що таке нативна реклама. Однак, спеціалісти сходяться в тому, що нативною може вважатися та реклама, яка органічно вбудована в загальний формат ресурсу, на якому вона розміщена.

Interactive Advertising Bureau (Бюро інтерактивної реклами) основна організація, що відповідає за розробку стандартів рекламної індустрії та проведення бізнес-досліджень, в 2013 році опублікувала звіт [1], в якому було представлено шість типів нативної реклами:

- 1 Рекламні блоки в новинній стрічці;
- 2 Реклама в пошукових системах;
- 3 Рекомендаційні віджети;
- 4 Спонсорський контент;
- 5 Стандартна реклама з нативними елементами;
- 6 Інші формати.

Нативна реклама, має ряд переваг і недоліків. До переваг слід віднести: чітка спрямованість на конкретну аудиторію (таргетинг); не може бути заблокована спеціальними програмами; висока засвоюваність отриманої інформації; висока ймовірність вірусності; відсутність «банерної сліпоті»; адаптація при розміщенні.

При безлічі позитивних сторін, нативна реклама також має ряд істотних недоліків: відсутність ефекту масштабу; відсутність стандартів створення; висока вартість; відсутність метрики (можливості чітко визначити ефект від її впровадження).

Останні тенденції показують, що формат нативної реклами буде розвиватися, збільшиться частка такої реклами на ресурсах її публікацій, роль банерної реклами буде знижуватися через відсутність інтерактивності і залученості.

Література:

1. Six native ad categories, six marketplace considerations, and IAB recommended disclosure principles. // The native advertising playbook. – 2013. – С. 3–14.

НЕЙРОННІ МЕРЕЖІ В УПРАВЛІННІ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Клепікова С.В.

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

Всі передові економічно розвинені країни відрізняє високий рівень енергоефективності, який відображає обсяг спожитих енергетичних ресурсів в одиницях умовного палива на одиницю ВВП в доларах США. Україна, за даним показником, займає в Європі одне з останніх місць тому прийнята в 2017 році «Енергетична стратегія 2035» передбачає по її реалізації досягнення показника енергоемності на рівні передових економічно розвинених країн.

Значна роль у вирішенні вищевказаної задачі належить промисловим підприємствам, які споживають велику частку енергетичних ресурсів. Питання управління енергоефективністю промислових підприємств розглядалися рядом вітчизняних та закордонних вчених економістів, які аналізували проблему і пропонували рекомендації щодо підвищення енергоефективності виробництва. В основному ці рекомендації розглядали питання планування, виявлення чинників, які в найбільшій мірі впливають на енергоефективність та визначення організаційних заходів щодо підвищення енергоефективності. При розробці енергетичної стратегії підприємства, річних планів її реалізації, складання енергобалансу дуже бажано мати конкретне, науково обґрунтоване значення показника енергоемності в залежності від інших планованих показників виробничої діяльності.

У даній роботі пропонується, для визначення вищевказаного показника, використовувати метод нейронних мереж (НМ), який успішно використовується в технічних системах управління, а в економіці при вирішенні задач в області фінансового менеджменту: прогнозування ринку цінних паперів і валютних котирувань, оцінці фінансових, валютних і кредитних ризиків, категоризації компаній та ін. Нижче наведено основні положення методики визначення показника енергоефективності на основі статистичних даних попередньої діяльності підприємств.

Перш за все методом експертної оцінки, із застосуванням апріорного ранжування і кореляційного аналізу визначаються п'ять найбільш впливових на енергоемність підприємств факторів, які використовуються як вхідні величини НМ. В якості НМ обрано прямоспрямований Perceptron типу NN5-50-1, з сигмоїдальною активаційною функцією на середньому шарі. Вихідний нейрон визначає значення енергоемності. Навчання НМ здійснювалося методом генетичних алгоритмів за статистичними даними 7-ми промислових підприємств. Перевірка адекватності здійснювалася за статистичними даними 5 підприємств (за різними роками). Перевірка показала працездатність методики. Встановлено доцільність кластеризації підприємств за схожим характером виробництва. Синтез нової НМ також потрібно передбачати при радикальних змінах зовнішніх і внутрішніх факторів.

ОСНОВНІ ПЕРЕВАГИ СТВОРЕННЯ БАЛТО-ЧОРНОМОРСЬКОГО СОЮЗУ

Климова С.О., Губанова Н.Н.

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

У статті розглядаються перспективи формування Балто-Чорноморського Союзу. Аналізуються можливі переваги його функціонування.

Проблема вибору Україною певного інтеграційного вектора протягом багатьох років залишається найбільш актуальною і дискусійною. Перебуваючи значний час перед вибором між Заходом та Сходом, Україна остаточно прийшла до вибору західного вектора. Вступ України в потужне інтеграційне угруповання країн, яким, по суті, є ЄС, дає країні ряд економічних і політичних переваг, хоча існують і негативні сторони цього процесу. Найбільш повно всі ці ефекти розглядаються в статті [1]. Проте у даній статті ми хочемо звернути увагу на ще одну цікаву інтеграційну альтернативу для України, це, так званий, Балто-Чорноморський Союз (БЧС). Це геополітичний проект, теоретизований багатьма політиками і громадськими діячами з України, Білорусі, Польщі и Литви.

БЧС - це потенційне об'єднання країн Східної Європи, яке є реальною альтернативою ЄС, і яке здатне прискорити їх економічне зростання за рахунок швидкого досягнення ними економії на масштабі. Даний проект сприятиме не руйнуванню Європи, а, навпаки, він може стати каталізатором назрілих в ній змін.

Близькість рівнів економічного розвитку, взаємодоповнюваність економік, вдале геостратегічне розташування країн потенційних учасниць БЧС, – все це є передумовами для його формування.

Незважаючи на існуючий скептицизм деяких авторів [2] щодо військового співробітництва в рамках БЧС, ми вважаємо, що рішення задач спільної військової політики припустимо, але може бути реалізовано тільки після досягнення мети «економії на масштабі». Досягнення цієї мети спричинить за собою прискорення темпів економічного зростання країн – потенційних учасниць блоку і поліпшення їхнього добробуту, в т.ч. і України.

Основними факторами, що сприяють досягненню економії на масштабі є: 1) транспортне співробітництво; 2) енергетичне співробітництво; 3) економічне співробітництво; 4) інформаційне співробітництво; 5) військове співробітництво. Тому, на наступному етапі необхідний розрахунок статичних та динамічних ефектів інтеграції в БЧС для всіх країн – потенційних учасниць даного об'єднання.

Література:

1. Климова С.О. Дослідження динамічних ефектів інтеграції України в ЄС // Вісник НТУ «ХПІ». Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ «ХПІ», 2014. – №64, с.106-109.
2. Генрих Тенди Мечта о Балто-Черноморском Союзе. Найдется ли место Украине? // Доступ до електронного ресурсу: <http://mignews.com.ua/avtor/blogs/8548233.html>.

МОДЕЛІ ТРАНСФЕРНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Князь С.В., Білозір О.О., Козак І.І.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Носіями можливостей внутрішнього і зовнішнього середовищ є суб'єкти трансферних відносин. Вони визначають і узгоджують між собою цілі трансферу. Цілі суб'єктів трансферних відносин реалізуються на договірних засадах. Аналізування контрактів, укладених суб'єктами трансферу, показало, що передавання ресурсів або готової продукції від одного суб'єкта трансферу до іншого супроводжується використанням конкретних трансферних моделей (схем трансферу одних ресурсів, продуктів або технологій в обмін на інші ресурси, продукти або технології з часовою і просторовою конкретизацією умов їхньої передачі та отримання суб'єктами трансферу).

Рішення щодо вибору певної трансферної моделі є підставою для конкретизації комунікацій, які забезпечуватимуть трансфер, а також технологій і способів управління ним. Комунікації, які використовують суб'єкти трансферу, як правило, належать до систем фінансових трансакцій, систем науково-технічної співучасті в розробці і реалізації проектів інноваційного розвитку або рекламно-пошукових систем. До систем здійснення фінансових трансакцій належать такі: Міжнародна міжбанківська мережа SWIFT; міжбанківська платіжна система клірингової палати CHIPS; трансєвропейська автоматизована експрес-система брутто-розрахунків у режимі реального часу TARGET; системи WESTERN UNION; MONEYGRAM; АНЕЛІК; SWIFT-TO-CHECK; RIA ENVIA тощо. Щодо рекламно-пошукових систем, а також систем науково-технічної співучасті в розробці і реалізації інноваційних проектів, то їх репрезентують «он-лайн» системи, які функціонують на постійній основі, а також системи у вигляді форумів, проектів і періодичних видань, що є сукупністю креативних пропозицій і технологій розвитку інноваційної діяльності, комерціалізації розробок. До них належать такі: Український центр інноватики та патентно-інформаційних послуг; Профспілка винахідників та інноваторів; Українська мережа трансферу технологій (UTTN); Національна мережа трансферу технологій (NTTN); Громадська мережа трансферу ідей в технології («Мережа ТІТ» або Web ТІТ); Європейська мережа інноваційних релей-центрів (IRC-network); Національний інформаційний центр із співробітництва з ЄС у сфері науки і технологій; інформаційний вісник «Інновації & промисловість» тощо.

Незалежно від того, яку саме трансферну модель і систему комунікацій обирають суб'єкти трансферних відносин, вони, найчастіше, здійснюють трансфер інформації та фінансових ресурсів. Саме ця особливість пов'язана з основними проблемами формування і раціонального використання трансферного потенціалу підприємства. У зв'язку з цим суб'єкти трансферу постійно зазнають фінансових ризиків та ризиків, пов'язаних з витоком конфіденційної інформації. Вказана обставина вимагає від суб'єктів трансферних відносин, залежно від їхніх фінансово-економічних пріоритетів, застосовувати певні технології і способи управління.

СТАНИ ТРАНСФЕРНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Князь С.В., Веніков І.С., Колодій В.А.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Серед параметрів трансферного потенціалу підприємств доцільно виділяти виділено також його стани. Їх слід класифікувати так:

- за довершеністю будови (стан формування і стан використання);
- за збалансованістю економічних інтересів (збалансований і незбалансований стани).

Ознакою перебування трансферного потенціалу у стані використання є наявність угод про трансфер інноваційних ресурсів між суб'єктами трансферу, що вимагає застосування певних технологій управління трансферним потенціалом. Враховуючи це, наявність рішень щодо вибору технологій управління трансферним потенціалом також є ознакою перебування досліджуваного об'єкта в стані використання. В разі відсутності цих ознак доцільно визнати, що трансферний потенціал перебуває у стані формування. Узагальнення позицій аналітичних матеріалів підприємств (ПАТ НДІ «Перетворювач», ПАТ «Львівський локомотиворемонтний завод», ЗТТ «Електрон», ПрАТ Концерн «Міжрегіональний агротехнічний сервіс», ПАТ «Луцький підшипниковий завод», ПАТ «Іскра», ПАТ «Мотор Січ», ПрАТ «Івеко-Мотор Січ», Тзов «ІнтерПЕТ», ПАТ «Бердичівський машинобудівний завод «Прогрес» тощо) вказує на те, що серед ознак перебування їхнього трансферного потенціалу в стані формування доцільно також виділяти факт започаткування переговорного процесу між потенційними суб'єктами трансферних відносин. Його характеристиками є конкретизація цілей суб'єктів, аналізування альтернативних варіантів трансферних моделей, а також доцільних технологій управління трансферним потенціалом.

Щодо ознаки збалансованості економічних інтересів, то виділені стани доцільно розглядати з позиції інтересів суб'єктів трансферу, а також з позиції їхніх відносин із державою та суспільством. Так, якщо йдеться про інтереси всередині носія трансферного потенціалу, то збалансованими їх доцільно вважати тоді, коли очікувані ефекти від використання трансферних моделей є взаємовигідними як для постачальників, так і для отримувачів інноваційних ресурсів. Якщо ж трансферні відносини будуються в умовах диктату з боку однієї із сторін, то, як правило, інтереси слабшої сторони враховує мінімально або ж зовсім ігнорує фінансово могутніший партнер. Своєю чергою, у відносинах з державою і суспільством збалансованість економічних інтересів досягається тоді, коли є прямо пропорційна залежність вигод держави і суспільства від покращання значень показників, які характеризують реалізацію цілей суб'єктів трансферних відносин. Фахівці стверджують, що найпроблематичнішими аспектами забезпечення такого збалансування є екологія, стандарти якості і корупція в органах державної влади.

ТЕХНОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Князь С.В., Красілич І.О., Залуцький Р.О.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Формування механізму розвитку зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) підприємства відбувається на основі аналітичної обробки даних його внутрішнього і зовнішнього середовищ. Зовнішнє середовище зазвичай досліджується на предмет вивчення попиту та ідентифікації ринкових явищ і тенденцій. Внутрішнє середовище підприємства є джерелом інформації про його можливості розвитку ЗЕД. На основі співставлення даних про ринкові можливості і здатність підприємства їх використати відбувається обрання векторів розвитку ЗЕД підприємства, формування системи цілей у межах кожного з векторів і вибір виду механізму розвитку ЗЕД, що є підставою для прийняття рішень з вибору методів досягнення цілей розвитку ЗЕД. Незалежно від змістового наповнення обрані рішення супроводжуються кількома альтернативами [1]: започаткування нового виду діяльності як незалежного вектору розвитку, цілі і засоби досягнення яких непов'язані з іншими векторами; розвиток ЗЕД за вектором, який споріднений з іншими векторами, що вимагає ретельного аналізу узгодженості встановлених цілей і способів їх реалізації; створення конгломерату або системи векторів розвитку, яка включає низку локальних формувань, які можуть як мати, так і не мати часових обмежень реалізації цілей; ліквідація тих векторів розвитку експортної імпортової діяльності, цілі яких досягнуто або їх реалізація стала неактуальною внаслідок зміни умов розвитку ЗЕД підприємства.

Емпіричні та експертні дані вказують на те, що перехід від процесу прийняття рішень до процесу їх реалізації вимагає створення умов для можливості застосування методів досягнення цілей розвитку ЗЕД в межах обраних векторів. Йдеться про організаційне, інформаційне, матеріально-технічне, фінансове, кадрове забезпечення реалізації рішень. Ці умови створюються шляхом: доведення рішень до їх виконавців; наданням необхідних повноважень виконавцям рішень із коригуванням субординації відносин між окремими посадовими особами і підрозділами підприємства; уможливлення доступу до баз даних і програмних продуктів, які необхідні для аналітичної обробки управлінської інформації та реалізації конкретних операцій; забезпечення виконавців рішень матеріальними, фінансовими та іншими ресурсами. Заключними етапами формування механізму є застосування методів досягнення цілей розвитку ЗЕД, аналізування стану досягнення встановлених цілей і коригування методів їх реалізації на основі зміни внутрішніх і зовнішніх умов розвитку ЗЕД підприємства. Розвиток ЗЕД керівниками підприємств у відповідності до виділених етапів технологічного процесу сприятиме оптимізації управлінських рішень, спрямованих на розвиток ЗЕД.

Література:

1. Сучасна регіональна політика і транскордонне співробітництво / В.І. Пила, О.С. Чмир, О.А. Гарасюк, Т.В. Терещенко. – Хмельницький : Видавництво ХУУП, 2006. – 412 с. 285

ВПЛИВ ТРАНСФЕРНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ОРГАНІЗАЦІЙ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХНЬОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Князь С.В., Шемчишин В.В., Линник А.О.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Управління трансферними можливостями організацій вимагає застосування стратегії диференціювання пріоритетів у досягненні певного рівня конкурентоспроможності. Диференціювання пріоритетів доцільно розглядати в якості функціональної стратегії. Побудову такої стратегії необхідно здійснювати на засадах просторової диференціації, а також врахування низки взаємопов'язаних факторів і фаз інноваційного процесу (ІП), на яких перебуває реалізовувана організацією програма інноваційного розвитку (ІПР). Програми ІП на різних фазах ІП характеризуються різними пріоритетами. Статистичні спостереження вказують на те, що протягом аналізованого періоду суб'єкти трансферних відносин, які реалізують ІПР, регулярно застосовували різні способи досягнення беззбитковості. Найчастіше використовуваними виявились такі методи, як контракція умов виконання проектних робіт, а також страхування ризиків у страхових компаніях, реалізація хеджінгових операцій, розподіл ризику між учасниками ІПР. Щодо максимізації прибутковості ІПР, то до альтернативних варіантів її виконання належать цінова диверсифікація, збільшення терміну гарантійного обслуговування і сервісного обслуговування продукції, активізування спекулятивної діяльності на ринках, розширення асортименту продукції, комбінування двох або більше варіантів реалізації стратегії тощо. До характерних переваг організацій, які реалізують товари, які є інновацією для ринку, належить можливість установлювати ними ціни, які, по суті, є монопольно високими. Монопольна ціна виникає в результаті того, що інноваційна продукція не має товарів-замінників, і на ринку відсутні компанії, які мають права або технології комерціалізації ідентичних товарів. На етапі виведення такої продукції на ринок її ціна, окрім витрат на її створення, враховує також рівень потенційної цінності продукту для споживачів. Цей рівень може вимірюватись престижем, екологічністю, багатофункціональністю, надійністю у використанні тощо. Монопольні ціни на продукцію є ознакою цінової дискримінації покупців. У результаті весь споживчий надлишок присвоюється монополістом-інноватором. На етапі модифікації та удосконалення інноваційних продуктів їхні життєві цикли перебувають на таких стадіях, як зрілість і спад обсягів реалізації. З огляду на це, організації вимушені встановлювати на інноваційну продукцію конкурентні ціни і вживати певних заходів щодо збільшення тривалості життєвого циклу інновації. До таких заходів належать такі: диверсифікування видів діяльності, створення диференційованих умов реалізації готової продукції, пошук резервів підвищення якості інноваційної продукції, а також можливостей застосування продукції в нових сферах тощо.

Реалізація заходів, передбачених стратегією у розрізі кожної з фаз ІП, здатна забезпечити додатні прирости рівнів трансферних можливостей організацій і зростання рівня їх конкурентоспроможності.

КОМПЛАЕНС-КОНТРОЛЬ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Кобелева Т.А., Перерва П.Г., Щербак Н.В.

Национальный технический университет

«Харьковский политехнический институт», г. Харьков

Проведенные нами исследования позволяют сделать вывод о том, что в сфере промышленных предприятий есть ряд важных проблем, связанных с наличием на предприятиях проявлений коррупции, мошенничества, нечестного ведения производственно-коммерческой деятельности. Считаем, что в этой деятельности могут быть следующие негативные проявления при получении, коммерциализации и потреблении положительных результатов работы:

- коррупционные проявления при распределении заказов на работы;
- коррупционные проявления при формировании творческих коллективов;
- несправедливое распределение финансирования отдельных работ;
- элементы мошенничества при распределении финансовых потоков;
- нарушение корпоративной этики;
- нарушение справедливости при распределении вознаграждения за полученные результаты производственно-коммерческой деятельности.

Приведенные выше негативные проявления при получении, коммерциализации и потреблении положительных результатов не являются исчерпывающими. Приведены только наиболее распространенные в практике деятельности промышленных предприятий. Поэтому актуальной проблемой представляется задача создания на предприятиях соответствующей системы (политики, программы), с использованием которой были бы возможности не допускать проявлений нечестности, мошенничества и коррупционности в сфере их инновационной деятельности и коммерциализации полученных результатов. Считаем, что указанные проблемы возможно решить с помощью введения в практику деятельности промышленных предприятий комплаенс-контроля.

Литература:

1. Kocziszky, György Reputational compliance / György Kocziszky, M. Veres Somosi, T. O. Kobieliava // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2017" : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О.В. Манойленко. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 140-143.
2. Перерва П.Г. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності / П. Г. Перерва, С. Нагі, Т. О. Кобелева // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.
3. Романчик Т. В. Деякі аспекти економічної безпеки промислових підприємств / Т. В. Романчик // Тези доп. 24-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Інформаційні технології : наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я" (MicroCAD–2016), 18-20 травня 2016 р. / ред. Є. І. Сокол. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – С. 283.
4. Перерва П.Г. Моделювання споживчої, виробничої, інтелектуальної та кадрової складових ресурсного потенціалу / П. Г. Перерва, О.П. Косенко, А.В. Косенко // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2012. – № 51 (957). – С. 68-73.
5. Романчик Т.В. Аналіз стану інноваційної активності економіки України [Текст] / Т.В. Романчик // Бізнес-інформ. – 2014. – №5. – С. 111-115.

ІННОВАЦІЇ У РЕКЛАМНОМУ БІЗНЕСІ

Кобелєв В. М., Анічкіна І.О.

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

Помітним проявом реформування сучасної економіки став, зокрема, інтенсивний розвиток усіх видів реклами, які допомагають підприємствам ефективно та динамічно розвивати свій бізнес [3].

Лише підприємства, які формують стратегічну поведінку на основі інноваційного підходу мають можливість завоювати лідерські позиції на ринку, зберегти високі темпи розвитку, скоротити витрати та дістати високих показників прибутку [1]. Розвиток рекламної діяльності супроводжується стрімким розвитком інноваційних технологій, які використовуються як рекламний інструментарій. Інновації використовуватися як в традиційних форматах реклами так і в нестандартних рекламних конструкціях [2].

Серед найбільш сучасних ефективних і визначних інноваційних технологій в рекламі можна виділити:

1. Відеореклама в місцях масового скупчення людей з використанням технології InDoor TV.

2. Технологія інтерактивної взаємодії Just Touch, що з'явилася в США на початку XXI ст.

3. Технологія Ground FX, яка представляє собою надсучасну інтерактивну проекцію.

4. Японська технологія Free Format Holographics Projection, здатна вразити уяву і привернути увагу навіть самого байдужого глядача [5].

Таким чином сьогодні інноваційні технології активно впроваджуються в практику рекламної діяльності. Цей процес пов'язаний з активізацією рекламної індустрії, пошуком нових форм та методів привернення уваги та залучення потенційних покупців до певних товарів (послуг чи бренду) [4]. Інноваційні технології в рекламі не лише дають необмежені можливості рекламистам створити неповторний рекламний продукт, а й поєднавши традиційні дослідницькі методи та інновації, провести репрезентативне дослідження ефективності рекламної кампанії з метою її подальшої оптимізації [3].

Література:

1. В.М. Кобелєв, К.О. Василюк Інноваційна діяльність промислового підприємства // Вісник НТУ «ХПІ». (економічні науки). Збірник наукових праць. – Х.: НТУ «ХПІ». – 2018. - № 47 (1295). – С. 67–72.
2. Ромат Е. Мировые тенденции развития рекламы / Е. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2007. – № 5. – С. 14-19.
3. Картер Г. Эффективная реклама / Г. Картер. – М.: Прогресс, 2008. – 315 с.
4. Слісенко Л.П. Комплекс просування товару. Стимулювання збуту / Л.П. Слісенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rusnauka.com>.
5. Чухломіна І.П., Матвєєва О.О. Медіа-планування рекламної кампанії на підприємстві / І.П. Чухломіна, О.О. Матвєєва // Маркетинг. –2000. – № 58. – 64 с.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В РЕКЛАМІ

Кобелєв В. М., Климентова М.В.

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

У сучасному світі реклама займає одне з провідних місць серед інструментів комплексу маркетингу. Реклама постійно змінюється, з'являються нові види, форми подачі та висвітлення матеріалу. Традиційні інструменти маркетингу доповнюються новими, а сам процес управління цими інструментами автоматизується за допомогою програмного забезпечення. [1-2].

Вплив на розвиток реклами здійснює багато факторів, серед яких найважливіші це: мода, поява та впровадження сучасних інформаційних технологій. Розвиток сучасної реклами пов'язаний головним чином з можливостями, що надає рекламодавцям мережа Інтернет [3]. На думку фахівців в сфері реклами, майбутнє - за такими продуктами мережі Інтернет як блоги, соціальні мережі, чат-боти.

Блоги - ефективні майданчики для просування товарів, послуг, компаній, вони формують категорію лідерів громадської думки і є привабливими для проведення рекламних кампаній (розміщення контекстно-медійної реклами, спонсорських посилань, прихованої реклами) [5].

З розвитком блогів і соціальних мереж поширення набуває SMM (Social Media Marketing) або SMO (Social Media Optimization) [7], тобто це комплекс заходів, який спрямований на те, щоб привернути нових відвідувачів на сайт, підвищити популярність і впізнаваність товарів або послуг [4].

Індустрія чат-ботів знаходиться на підйомі, їх перевага - можливість здійснювати підтримку 24 години на добу, 7 днів на тиждень. Це підвищує не тільки задоволеність клієнтів, а й рейтинг відгуку, що сприятливо позначиться на SEO та розкрутці бренду [6].

Література:

1. А.М. Девиченко, В.М. Кобелєв Трансформація інструментів традиційного комплексу маркетингу в електронному бізнесі // Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки). Збірник наукових праць. – Х.: НТУ «ХПІ». – 2017. - № 24 (1246). – С. 84–89.
2. В.М. Кобелєв, В. Д. Кучма Використання хмарних технологій в маркетингу та електронній комерції // Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки). Збірник наукових праць. – Х.: НТУ «ХПІ». – 2017. - № 24 (1246). – С. 35–39.
3. Беляков І.М. Особливості Інтернет реклами Автореферат на здобуття уч. ступеня кандидата філолог. наук. М., 2015.
4. Касьянов І., Арабаджи А. Жізнь.ру. Глобальний погляд на феномен популярності соціальних мереж // Індустрія реклами. 2017. №4. С. 24-29.
5. Прохоров А.В. Реклама в блогах: уч. посібник. Тамбов, 2011 р.
6. Прохоров А.В., Пядишева Т.Г. Нові напрямки Інтернет реклами // Питання журналістики: зб. науч. тр. Вип 17. Владивосток, 2012.
7. Пядишева Т.Г. Культура мови в рекламному бізнесі: питання рекламної термінології // Сучасні рекламні технології: теорія і практика. Мат-ли II межд. наук.-практич. конф. Тамбов: Видавничий дім ТГУ ім. Г.Р.Державина, 2011 р.

ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ

Кобелєв В. М., Шереметьєва К.І.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Розвиток сучасних інформаційних технологій має великий вплив на всі сфери життя сучасного суспільства, в тому числі і на комерційну діяльність. До електронної комерції відносяться всі фінансові операції, що здійснюються за допомогою інтернет-технологій. Вони поділяються на кілька типів: обмін інформацією за допомогою електронних засобів; електронний рух капіталу; торгівля з застосуванням електронних засобів; електронні гроші; маркетинг, з використанням електронних засобів; інтернет-банкінг; страхові послуги, із застосуванням електронних засобів [1].

Інформаційні технології, що застосовуються в електронній комерції, поділяються на такі види:

1. Електронний обмін даними (як всередині компанії так і з іншими учасниками бізнесу). Завданням електронного документообігу є відхід від паперових носіїв і перенесення документів в електронний вид. Приклади: 1С.Документообіг, Globus Professional і ін.

2. Електронна торгівля (інтернет магазини, торгові майданчики, аукціони). Зниження торгових витрат, проведення торгових операцій віддалено, більш ефективно інформування бізнес-партнерів і проведення рекламних акцій. Прикладами є: ebay.com, netzmarkt.de, amazon.com, yahoo.com.

3. Електронний маркетинг (інтернет-реклама, аналіз попиту на продукцію, дослідження ринку). До переваг відноситься ефективно надання інформації покупцям, просування бренду товару і отримання інформації про процеси купівлі-продажу та про ринок в цілому. Прикладом можуть служити CRM-системи, а також ORACLE CRM on Demand, qSRM, Microsoft Dynamics CRM Live і ін. [2].

4. Інформаційно-аналітичні системи (системи моделювання, прогнозування, збору інформації, управління інформаційними процесами, моніторингу та аналізу). Застосування направлено на аналіз діяльності підприємства, підтримку бізнесу і автоматизацію найбільш складних бізнес-процесів. Прикладом систем є ІАС "Контроль-НП", ІАС "Ситуація-регіон" та ін. [3].

Література:

1. Інтернет джерело: <http://www.money-talks.ru/moj-personalnyj-blog/2012/12/12/internet-tehnologii-v-elektronnoy-kommercii.html>

2. Незалежний CRM портал. - Електрон. дан. - [Б.м., 2009]. Режим доступу: <http://www.crmonline.ru/>- Загл. з екрану.

3. Інтернет джерело: <https://cyberleninka.ru/article/v/internet-tehnologii-v-elektronnoy-kommertsii>

СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ

Ковальчук В.Г.

*Харківський навчально-науковий інститут державного
вищого навчального закладу «Університет банківської справи»,
м. Харків*

Подолання інноваційної нерозвиненості фінансового ринку та його банківського сегмента, а також забезпечення їх інституційної завершеності в Україні повинно стати проблемою загальнодержавною, в той час як поступальний розвиток фінансових інновацій у банківській практиці може виступити в якості важливого каталізатора фактору економічного зростання.

До основних напрямів діяльності комерційних банків, пов'язаних з фінансовими інноваціями та інноваційними змінами слід віднести наступні:

1. Нові банківські продукти, послуги, організаційні рішення на базі нових інформаційних технологій.

2. Віртуальні банківські та фінансові технології: управління банківськими рахунками через електронні системи зв'язку, такі як банк-клієнт, шляхом активного використання електронного підпису, укладання договорів на обслуговування з фінансовими організаціями.

3. Комплексне використання нових інформаційних і комунікаційних технологій для електронного та змішаного маркетингу, наприклад CRM-технології: тобто зниження витрат на просування інформації про банківські продукти та послуги.

4. Аналітичну обробку внутрішньої інформації за допомогою систем управлінського обліку (ERP, SAP-системи та ін), що дає абсолютно нові можливості внутрішнього контролю і аудиту.

5. Зміни кваліфікації персоналу: інноваційний менеджер, консультант по структурованим фінансовим продуктам, спеціаліст по трансакціям на фондовому і страховому ринку і т.д.

6. Нові автоматизовані платформи самообслуговування (моно- і багато функціональні, інформаційні), що дозволяють скоротити клієнтські черги, шляхом вивільнення робочого часу співробітників.

В цілях стимулювання попиту з боку комерційних банків на фінансові інновації необхідно розвивати такі напрямки: змінити поведінкові моделі і стратегію (психологію) клієнтів банків, що змусить останніх пристосуватися під потреби перших і тим самим у протистоянні за клієнта активно освоїти нові види діяльності, адаптувати високі технології; прищепити українській банківській системі і менеджменту культуру використання «довгих» грошей та пов'язаних з ними фінансових інструментів, організаційних моделей; вибудувати IT-архітектуру і одночасно підвищити якість IT-платформ для проведення банківських операцій, в тому числі, поліпшити захист інформації та каналів зв'язку, що виключає доступ в банківську мережу сторонніх; організувати взаємодію і співробітництво банків з інжиніринговими компаніями, здатними впроваджувати нові технології, і готовими надати банкам проекти, що дозволить інтегрувати інжинірингові компанії в процес взаємодії між банком і клієнтом.

НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФОНДІВ ПІДПРИЄМСТВА

Ковтун Д. С., Майстро Р. Г.

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

Питання напрямів підвищення ефективності використання основних фондів є актуальними для підприємств України. Основними шляхами підвищення ефективності основних фондів є:

- екстенсивний, до якого належить в основному збільшення часу роботи основних виробничих фондів;
- інтенсивний, до якого належить підвищення віддачі засобів праці на одиницю часу.

Поліпшення інтенсивного та екстенсивного використання основних засобів підприємств безпосередньо позначається на зниженні собівартості виготовлюваних виробів за рахунок економії на умовно-постійних витратах, а в кінцевому підсумку це дає змогу збільшити прибуток підприємств та підвищити рентабельність їх діяльності.

Підвищення ефективності використання основних засобів має величезне значення. Підприємства, що мають в своєму розпорядженні основні засоби, повинні не тільки прагнути їх модернізувати, збільшувати час роботи обладнання, поліпшувати склад, структуру і склад основних засобів, але і максимально підвищувати ефективність використання того, що є із застосуванням переважно інтенсивних методів. Тому, щоб використання основних фондів було справді економічно вигідним та ефективним, необхідно стежити за їх технічним станом; залучати фахівців при проведенні складних ремонтів; підвищувати рівень спеціалізації виробництва; усувати простої; модернізувати устаткування; поліпшувати склад, структуру й стан основних фондів підприємства; удосконалювати планування, управління й організацію праці та виробництва; знижувати фондомісткість; підвищувати фондовіддачу та продуктивність праці на підприємстві.

Література:

1. Економіка підприємства: Підручник/ ред.: Й. М. Петрович. - 2-ге вид., виправл.. - Львів: Магнолія, 2010.
2. Мацибора В.І. Економіка підприємства :навч. посіб. для вузів / В.І. Мацибора, В.К. Збарський, Т.В. Мацибора. – К. :Каравела, 2008. – 312 с.
3. Чорна І. О. Ефективність використання виробничих фондів та розробка пропозицій щодо її поліпшення [Текст] / І. О. Чорна // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємство. – 2009. – № 2. – С. 212-216.
4. Майстро Р.Г. Ефективність використання основних фондів на підприємстві / Р.Г. Майстро, А.Д. Рожнова. Вісник НТУ «ХПІ». Харків: НТУ«ХПІ», 2014. – № 33 (1076)

АВТОМАТИЗАЦІЯ ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ВІД ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА МОЖЛИВОСТІ

Ковшик В. І.

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

Підприємницька діяльність фізичних осіб є одним з суттєвих елементів формування та розвитку багатьох галузей економіки. За даними Державної фіскальної служби України на початок 2019 року в країні зареєстровано близько 1,8 мільйона підприємців. З них 1,25 мільйона користуються спрощеною системою оподаткування, тобто є платниками єдиного податку. Також, близько 8,5% єдиного соціального внеску сплачено в 2018 році саме фізичними-особами підприємцями. Таким чином, розвиток малого бізнесу, стимулювання створення підприємцями робочих місць для найманих працівників може стати суттєвим внеском у розвиток економіки держави.

Однією з найсуттєвіших перепон для багатьох українців на шляху до ведення підприємницької діяльності є відносна складність процесів адміністрування податків, неоднозначність нормативних актів, необхідність поглибленого вивчення та відслідковування змін в податковому законодавстві та зміни таких даних, як рахунки для сплати податків та зборів. Частково ці проблеми вирішуються використанням систем електронної звітності, «Електронного кабінету платника», проте існують широкі можливості для вдосконалення процесів оподаткування такої діяльності шляхом її автоматизації.

Можна виділити наступні рівні можливої автоматизації оподаткування:

– рівень держави, тобто оптимізація законодавства під використання електронних інформаційних систем, автоматизація нарахування та сплати податків і зборів, контролю за виконанням податкових зобов'язань платниками, автоматизація митного оформлення та сплати митних платежів, переведення у виключно електронну форму отримання консультацій від ДФС, мінімізація обсягів людської праці в ході перевірок, повна ліквідація паперової звітності ФОП (наприклад, врегулювання ведення електронної книги обліку доходів);

– рівень банківської системи, що може включати перехід на виключно безготівкові платежі, автоматизацію обліку безготівкових операцій ФОП і бюджетних платежів та формування відповідної документації і звітності, інтеграцію банківських сервісів з електронними послугами ДФС, тощо;

– рівень ФОП, тобто автоматизація обліку готівкових операцій, формування звітів, переведення всіх договорів в електронний вигляд, а роботи з контрагентами в автоматизовану систему, автоматизація ведення кадрової документації.

Таким чином, в доповіді розглядаються найбільш перспективні напрямки автоматизації оподаткування результатів діяльності ФОП та пропонується комплекс заходів, спрямованих на вдосконалення систем електронної звітності та документообігу з точки зору оподаткування підприємницької діяльності.

ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ ЯК КОМПРОМІС ІНТЕРЕСІВ РАБОТОДАВЦЯ ТА ПРАЦІВНИКА

Ковях К.В., Побережна Н.М.

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

В умовах ринкової економіки через організацію заробітної плати досягається необхідний компроміс між інтересами роботодавця і працівника, який сприяє розвитку відносин соціального партнерства між двома рушійними силами ринкової економіки [1-3]. Одним з основних принципів організації заробітної плати в сучасній економіці є принцип матеріальної зацікавленості працівника в результатах своєї праці, що означає, що встановлення безпосереднього зв'язку заробітної плати з кінцевими результатами виробництва є найважливішою передумовою посилення дієвості оплати праці. Крім того, організація заробітної плати повинна відповідати наступним принципам:

- випереджальні темпи зростання продуктивності праці в порівнянні з темпами зростання заробітної плати;
- розподіл заробітної плати в залежності від кількості та якості виконаної роботи; розвиток матеріальної зацікавленості працівників у поліпшенні кінцевих результатів праці;
- поєднання централізованого регулювання заробітної плати з самостійністю підприємств [1, с. 161 – 163].

Відповідно до Методичних рекомендацій щодо організації матеріального стимулювання праці працівників підприємств та організацій №23 від 29.01.2003 року «премія» – це основний вид додаткової, понад основну заробітну плату, винагороди, яка виплачується працівникам за результатами їхньої трудової діяльності та виробництва загалом за показниками й умовами оцінки цих результатів, визначеними підприємством.

Таким чином, перед керівництвом постає постійна задача розробки заходів щодо формування системи матеріального та нематеріального преміювання працівників підприємства та розробки пропозицій щодо організаційно-методичного забезпечення їх обліку.

Література:

1. Горбач Т.О. Відображення винагород працівникам в обліку сільськогосподарських підприємств / Т.О. Горбач, С.В. Сирецька // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – Бердянськ, 2016. – №4 (36). – С. 160–164.
2. Побережний Р. О. Інструменти стратегічного управління розвитком підприємства в сучасних умовах господарювання / Р. О. Побережний // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2015" : тр. 11-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 7-9 грудня 2015 р. – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – С. 202-206.
3. Пантелеев М. С. Формування ефективної системи мотивації праці персоналу / М.С. Пантелеев, Р. О. Побережний, В. В. Кір'ячук // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2018" : тр. 14-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 5-7 грудня 2018 р. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – С. 116-118.

СУТНІСТЬ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Коленда Н.В.

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

Комерційна безпека підприємства досить неоднозначно трактується науковцями, що ускладнює процес її наукового дослідження та практичного забезпечення й управління. Оскільки окремі вчені розглядають комерційну безпеку як гарантію нерозголошення комерційної таємниці. Що, на нашу думку, більше стосується процесу забезпечення інформаційної безпеки підприємства, а не комерційної. Тому комерційну безпеку підприємства пропонуємо пов'язувати із його комерційною діяльністю.

Комерція – слово латинського походження (лат. «commercium»), що означає «торгівля». Проте комерційна діяльність як різновид економічної діяльності має більш широкий асоціативний ряд і виникає не тільки у сфері торгівлі, а у сфері виробництва, сервісу та послуг, ринку інтелектуальної власності та технологій.

Тому комерційну безпеку пропонуємо визначити як стан, за якого ефективно здійснюється організація та управління процесами купівлі-продажу, відбувається задоволення попиту споживачів, отримання комерційного зиску та зростає рівень конкурентоспроможності її суб'єкта.

Управління комерційною безпекою також можна визначити як процес управління сукупністю матеріальних, фінансових, інформаційних та людських ресурсів, спрямований на реалізацію місії і цілей організації та забезпечення її комерційної безпеки.

Мета управління комерційною безпекою підприємства – це забезпечення бажаного її рівня на довгострокову перспективу, що гарантує стабільне отримання економічного та соціального результату. При цьому управління спрямоване на оптимізацію роботи підприємства з метою підвищення ефективності комерційних процесів і досягнення кінцевих цілей підприємства.

Управління комерційною безпекою ставить перед собою такі завдання: оптимізувати комерційні, торговельні та розрахункові процеси; забезпечити отримання комерційної вигоди у довгостроковій перспективі; сформувати позитивний імідж підприємства як учасника комерційної діяльності на ринку; забезпечити прихильність споживачів; сприяти мотивованості персоналу, пов'язаного із забезпеченням комерційної безпеки.

Тому основними напрямками управління комерційною безпекою підприємства є: управління системою досліджень ринку та підприємства, як шлях забезпечення безпеки комерційної вигоди; управління асортиментом товарів, як шлях забезпечення ринкової безпеки; управління збутом і розподілом, як шлях забезпечення постачальницько-збутової безпеки; управління стимулюванням збуту та рекламою, як шлях забезпечення маркетингової безпеки.

СПЕЦИФІКА ТА ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ БЮДЖЕТУВАННЯ ПОДАТКІВ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

Колесніченко А. С.

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

Сучасна картина світогосподарських відносин характеризується наявністю високих транзакційних витрат щодо ведення бізнесу, вагома частина яких припадає на податкове адміністрування, що має складну структуру й методологію податкових та інших зборів та платежів, прирівняних до податків. Це вимагає формування адекватної податкової політики на підґрунті удосконалення системи бюджетування податків суб'єкта господарювання [1].

Дослідженням податкового планування присвячені роботи таких відомих науковців, як: Я.І. Глущенко [2], Д.І. Деми [1], Г.П. Мартинюк [1], Л.О. Сухаревої [2], П.М. Сухарева [2], І.В. Шевчук [1] та ін. При цьому, інтерес до вивчення нових аспектів в системі бюджетування податків в умовах мінливого бізнес-середовища зростає і сьогодні.

Бюджети податкових платежів використовують дані практично всіх операційних бюджетів суб'єкта господарювання. Так, в основу розрахунку бюджетів податків покладено показники таких бюджетів: продажу, закупівлі матеріалів (товарів), прямих витрат на оплату праці, виробничих накладних витрат, витрат на збут, адміністративних витрат тощо.

Крім цього, складання бюджетів податків має враховувати той факт, що більшість податків підприємства, розрахованих за звітний період, підлягають сплаті в наступному звітному періоді. В результаті, інформація щодо бюджетів податків звітного періоду відображаються в бюджетному звіті про рух грошових коштів наступного звітного періоду, що обумовлює ефект "зсуву".

Слід також зауважити, що в сучасних умовах господарювання значущим фактором формування системи бюджетуванні податків виступає динамізм податкового законодавства. Порядок оподаткування, чинний на момент складання бюджетів податків, з плином часу підлягає перегляду й за необхідності коригуванню залежно від діючих обставин та змін, що вимагає здійснення постійного моніторингу процесу бюджетування податків. Ця специфіка безпосередньо впливає на порядок складання бюджетів податків.

Таким чином, серед існуючих підсистем управління, бюджетування податків характеризується низкою відмінних рис і властивостей, ґрунтується на використанні інформації більшої частини підрозділів підприємства, що потребує постійного моніторингу й своєчасного коригування грошових потоків щодо здійснення податкових платежів.

Література:

1. Дема Д. І. Податковий менеджмент: навч. посібник / Д.І. Дема, І.В. Шевчук, Г.П. Мартинюк; за заг. ред. Д.І. Деми. – К.: Алерта, 2017. – 256 с.
2. Сухарева Л. О. Податкове планування в системі управління підприємством: Монографія / Л.О. Сухарева, П.М. Сухарев, Я.І. Глущенко. – Донецьк: ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2006. – 209 с.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КАТЕГОРІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ Колісник С.С.

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

Економіка України все більшою мірою набуває ринкового характеру, при цьому підприємства для оцінки своєї конкурентоспроможності продовжують застосовувати стандартні методи аналізу, переважно ті, що базуються на розрахуванні та порівнянні фінансових коефіцієнтів, які характеризують досягнуті результати діяльності підприємства. Між тим досягнуті результати, хоча і надають уявлення про стан підприємства в конкурентному середовищі, є малоінформативними щодо його перспектив на певному ринковому сегменті. Вивчення виключно фінансових аспектів сил і слабкостей підприємства є недостатнім для визначення, наприклад, напрямів розвитку виробничої або комерційної діяльності, вибору організаційних заходів впливу тощо. Через ці та інші причини все більшого поширення в економічних дослідженнях набувають методи конкурентного аналізу, що дозволяють виявити порівняльні переваги підприємств і їх конкурентний потенціал.

Основним принципом забезпечення конкурентоспроможності як підприємства, так і економіки країни в цілому, є забезпечення вискоєфективного використання наявних ресурсів і тих, що можуть бути залучені до виробничого процесу за необхідності. Конкурентоспроможність як економічна категорія означає здатність окремого суб'єкта випереджати свого конкурента в досягненні поставлених цілей на конкурентному ринку. Міжнародна організація «Європейський форум із проблем управління» поняття конкурентоспроможності підприємств визначає як «реальну й потенційну можливість фірм в існуючих умовах проектувати, виготовляти й збувати товари, які за ціновими і неціновими характеристиками більш привабливі для споживачів, ніж товари їхніх конкурентів». Отже, слід зазначити, що конкурентоспроможність підприємства не є постійною властивістю і може виявлятися тільки порівняно з групою підприємств на певному ринковому сегменті. Як поняття відносно конкурентоспроможність може мати місце в межах галузевої групи або країни і бути відсутньою у рамках світового ринку або його сегмента. Крім того, конкурентоспроможність може бути оцінена тільки в межах групи тих підприємств, що випускають однакову продукцію.

Враховуючи існуючі підходи до визначення конкурентоспроможності, на нашу думку, її визначальною рисою на рівні підприємства має бути спроможність (властивість, здатність) функціонувати, виживати та вигравати в конкурентній боротьбі. З таких позицій конкурентоспроможність утворює верхню межу прояву конкурентного потенціалу підприємства.

ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Коломієць Ю. О.

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

В умовах розвитку ринкової економіки діагностика фінансового стану є невід'ємним елементом управління. Це обумовлено великою кількістю причин, головними з яких є помилки в організації управління компанією, неефективна фінансова політика, нераціональне використання виробничих ресурсів.

Під діагностикою фінансового стану розуміється процес розпізнавання проблем і оцінки особливостей функціонування компанії, що включає цілеспрямоване дослідження, аналіз отриманих результатів і їх узагальнення, а також знаходження шляхів усунення існуючих проблем.

У сучасній економічній літературі виділяють дві форми діагностики фінансового стану компанії: діагностика результатів діяльності та стану компанії та діагностика управління компанією.

Залежно від форми і виду діагностики використовується різні інструменти: дані фінансової звітності, горизонтальний і вертикальний фінансовий аналіз і використання фінансових коефіцієнтів. Слід використовувати тільки ті показники, які є інформаційною основою для прийняття управлінських рішень.

Для вирішення конкретних завдань діагностики фінансового стану компанії застосовується цілий ряд спеціальних методів, що дозволяють отримати кількісну оцінку окремих аспектів діяльності компанії. У фінансовій практиці в залежності від використовуваних методів розрізняють такі системи діагностики фінансового стану як трендова, структурна, порівняльна діагностика і аналіз коефіцієнтів.

Виділяють кілька принципів, на яких має базуватися діагностика фінансового стану при її результативності – принцип законності та достовірності інформації, що аналізується, а також принцип часової узгодженості. Згідно з другим принципом діагностика повинна проводитися згідно з визначеним часовим регламентом. Найпривабливішим з практичної точки зору є регламент діагностики, при якому один раз на рік проводиться фундаментальна діагностика, а також щомісяця проводиться оцінка обмеженої кількості показників за результатами поточного місяця.

Діагностика фінансового стану сприяє ранньому виявленню кризових ситуацій, що виникають через невідповідність фінансово-господарських параметрів параметрам навколишнього середовища. Основними причинами є різні зовнішні і внутрішні чинники, але найчастіше це недоліки управління.

Однією з головних ознак банкрутства фірми є призупинення її поточних платежів і нездатність задовольнити вимоги кредиторів протягом трьох місяців з дня настання термінів їх виконання.

У зв'язку з цим особливої актуальності набуває діагностика фінансового стану, така як оцінка структури балансу, тому що рішення про банкрутство фірми приймаються, якщо структура балансу є незадовільною. А без систематичної оцінки фінансового стану підприємства і тим більше без його поліпшення компанія заздалегідь приречена на банкрутство.

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ І РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Коломойцева К. Ю., Кочетова Т.І.

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

Являючись головною рушійною силою ринкової економіки, прибуток забезпечує інтереси держави, власників та персоналу підприємства. Тому управління прибутком, що включає в себе управління його формуванням, розподілом та використанням є необхідною умовою для досягнення підприємством конкурентних переваг на ринку.

Згідно з дослідженнями багатьох економістів, управління прибутком визначається як процес прийняття відповідних управлінських рішень, які не приймають до уваги, що до процесу управління прибутком необхідно підходити як до системи.

Управління прибутком з точки зору системного підходу – складна багаторівнева система. Вона включає такі підсистеми: планування прибутку, аналіз прибутку, прогнозування прибутку, контролю за фактичними даними.

Кожна з цих підсистем має свої конкретні цілі і завдання. Також, кожна з цих підсистем знаходиться під впливом інших. Наприклад, обсяги прибутку, сформованого на першому етапі, визначають напрями його розподілу.

Від величини прибутку залежить кількість завдань економічного, соціального та технічного плану, які може вирішити підприємство, розподіливши кошти за певними напрямками використання. Також, ефективність використання впливає на майбутні можливості по збільшенню прибутку на етапі його формування.

Головною метою управління прибутком є забезпечення максимізації добробуту власників підприємства в поточному і перспективному періоді.

Управління рентабельністю підприємства – це складова частина тактики управління фінансовою рівновагою підприємства, установи, організації. Це визначений комплекс взаємопов'язаних засобів оцінки діяльності підприємства. Процес управління рентабельністю включає такі етапи:

- збір та обробка інформації про підприємство та звіти його діяльності (баланс, звіт про фінансові результати, звіт про власний капітал);
- постановка цілей (в залежності від обраної стратегії підприємства);
- управління компромісом між ризиком і прибутковістю;
- аналіз чинників які впливають на значення рентабельності підприємства;
- визначення методики збільшення рентабельності за допомогою зміни значень факторів впливу;
- проведення кінцевих розрахунків оптимізації та впровадження проекту заходів на підприємстві.

Отже, рівень рентабельності всіх організацій та установ залежить від величини прибутку, товарної продукції, витрат виробництва, величини основних виробничих фондів і нормованих обігових засобів.

ЗАСТОСУВАННЯ ТАКСОНОМЕТРИЧНОГО МЕТОДУ ДЛЯ ОБҐРУНТУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В ЛОГІСТИЧНИХ ОПЕРАЦІЯХ ДРІБНОГУРТОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Колотюк О.І.

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

У випадках, коли не вистачає достовірної інформації для побудови фінансової та імітаційної моделі організації є можливість використання системи таксонометрических відстаней для визначення оптимального рішення в логістиці.

Таксонометричний метод, який є узагальненням методу відстаней, дозволяє елімінувати неявну значимість показників, що виникла за рахунок їх різної варіації, що є значною перевагою в рішенні логістичних завдань. Особливістю методу є те, що після розрахунку стандартизованої матриці послідовність збігається з методом відстаней.

Для оптимізації логістичної системи виділяють кілька характеристик структурних або функціональних ознак. Кожна ознака може характеризувати якийсь параметр або характеристику логістичної системи, від яких залежить вирішення завдання і досягнення основної мети.

Після отримання безлічі різних можливих рішень, можна приступити до вибору оптимального рішення на основі критеріїв, обраних з відповідної системи оціночних параметрів. Критерії вибору можна поділити на вимірні (об'єктивні), що виражаються числовими величинами, і невимірні, що залежать від погляду особи, що оцінює (суб'єктивні критерії).

Застосування таксонометричного методу для прийняття рішення в компанії, що знаходиться на етапі зростання, дозволило знайти оптимальне рішення. Компанія займається реалізацією запчастин для ремонту побутової техніки по Україні. Частка логістичних витрат в собівартості реалізованої продукції цієї компанії складає 29%. Проведений аналіз динаміки цих витрат показав, що існує ряд проблем в логістичній системі, в тому числі недопостачання і зрив поставок продукції, відсутність матеріальної відповідальності у логістичного провайдера, випереджаюче зростання витрат на транспортування, митне оформлення і трансакційні витрати.

Для вирішення зазначених проблем запропоновані альтернативні варіанти: впровадження VMI, пошук нових постачальників, пошук нових логістичних провайдерів. оцінка обраних варіантів вирішення проблеми здійснена за критеріями вартості, часу виконання замовлення, якості, надійності ланцюга поставок і їх питомими вагами в оцінці ефективності вирішення проблеми. Виходячи з отриманого рішення підприємству запропоновано провести пошук експедитора, прийняти в штат додаткового співробітника відповідального за рух документів і створення єдиного інформаційного порталу.

Таким чином застосування таксонометричного методу на практиці доводить його ефективність виявлення та оцінки стратегічних рішень в логістичних операціях невеликої організації.

ОСОБЛИВОСТІ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПРОДУКТОВОЇ ІННОВАЦІЇ

Колотюк О.І., Колядюк А.А., Колотюк Ю.С.

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

Збільшення конкурентоспроможності економічних систем корелює зі зростанням ролі інноваційних процесів, які властиві більшості економічних систем.

Будь-який процес, незалежно від умов його протікання, схильний до дії фактора часу. Життєвий цикл будь-якого процесу починається з етапу зародження, має стадію розвитку і закінчення.

Всі товари і послуги проходять етапи розвитку, які в цілому являють собою життєвого цикл продукції.

Життєвий цикл інновації, в загальному вигляді, являє собою сукупність взаємопов'язаних процесів і стадій створення нововведення. Життєвий цикл інновації визначається в джерелах як проміжок часу від зародження ідеї до зняття з виробництва, реалізованого на її основі інноваційного продукту. Це традиційний підхід, який не дає відмінностей між життєвим циклом продукту і життєвим циклом інноваційного продукту.

Існують дві основні точки зору на проблему відмінності життєвого циклу продукту і життєвого циклу інноваційного продукту. Прихильники першої стверджують, що ці життєві цикли повністю збігаються, оскільки будь-який продукт в певний період часу є інноваційним і проходить весь шлях, починаючи від стадії розробки і закінчуючи стадією падіння ринку.

Суть другої точки зору в тому, що життєвий цикл інновації коротше життєвого циклу продукту. Життєвий цикл інновації закінчується, як тільки товар переходить від стадії стабілізації ринку до стадії зменшення ринку. Це пояснюється тим, що інноваційний продукт, сам по собі, створюється з метою отримання додаткової цінності (прибуток, випередження, лідерство, пріоритет, докорінне поліпшення, якісну перевагу, креативність, прогрес), а на стадії зменшення ринку всі ці показники помітно знижуються.

Таким чином, життєві цикли товару та інновації не збігаються повністю. Життєвий цикл інновації закінчується раніше, ніж життєвий цикл продукту. В якості стартових позицій інноваційного процесу можуть фігурувати різні стадії життєвого циклу, що відрізняє життєвий цикл інновації від життєвого циклу продукту. Різняться загальна тривалість циклу, тривалість кожної стадії всередині циклу, особливості розвитку самого циклу, кількість стадій, що залежать від особливостей тієї чи іншої інновації.

Література:

1. Перерва П.Г. Економіка та організація інноваційної діяльності : підруч. / П.Г. Перерва; за ред. П.Г. Перерви, С.А. Меховича, М.І. Погорелова. – Харків : НТУ «ХПІ», 2008. – 1080 с.

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНА ІНФОРМАЦІЯ В СИСТЕМІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Коптева Г.М.

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

Корпоративне управління, яке здійснюється в інтересах акціонерів та стейкхолдерів (зацікавлених сторін) компанії, передбачає прийняття різноманітних управлінських рішень, що враховують специфічні особливості корпорацій. Інформація для компанії є основним ресурсом функціонування на ринку, який забезпечує його конкурентоспроможність.

В інформаційній системі будь-якої компанії лівова частка припадає на обліково-аналітичну інформацію, що формується, акумулюється та оброблюється у середовищі сучасних інформаційних систем та під впливом інформаційних технологій, являє собою складний та об'ємний контент, що використовується для прийняття рішень у сфері корпоративного управління. Зміст цього контенту визначається вимогами вищого керівництва компанії та стейкхолдерів, функціональними можливостями інформаційної системи, а також законодавчо-нормативною і директивною інформацією, що знаходить відображення в обліковій політиці компанії, корпоративних стандартах обліку і звітності тощо. Крім того, обліково-аналітична інформація повинна відображати господарські факти і події компанії з максимальним наближенням до реального часу та з урахуванням динамічного бізнес-середовища.

Важливим засобом корпоративного управління для сучасних підприємств є корпоративні інформаційні системи, які допомагають успішно реалізовувати функції корпоративного управління на підприємстві та контролювати потоки інформації. Мінливість зовнішніх чинників, таких як очікування стейкхолдерів, ринкова кон'юнктура, транскордонна логістика та інших, з кожним роком стає вищою і вибагливою. Це призводить до зростання залежності корпоративного управління від своїх інформаційних систем, для адаптації яких компанії змінюють бізнес-процеси та вносять корективи у свою діяльність.

Отже, сучасне корпоративне управління неможливе без новітніх інформаційних технологій здатних максимально інтегрувати різні інформаційні системи для забезпечення ефективної роботи компанії.

Сучасна система обліково-аналітичного забезпечення підприємств потребує нового сутнісного наповнення як комплексу взаємодіючих та взаємопов'язаних методів, методик, процедур і моделей, призначених для обґрунтування прийняття управлінських рішень в сфері корпоративного управління. Вона має включати в себе усі інструменти обліку та аналізу з метою отримання синергетичного ефекту від їх системного застосування при: забезпеченні стабільного та стійкого фінансового стану підприємства; нейтралізації впливу внутрішніх та зовнішніх загроз на фінансово-господарський стан підприємства; забезпеченні балансу інтересів зацікавлених осіб тощо.

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Коптєва Г.М.

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

Економічна безпека підприємства — це такий стан його ресурсів і підприємницьких можливостей, за якого забезпечується найбільш ефективно їхнє використання для стабільного функціонування, динамічного розвитку, оперативної адаптації до змін зовнішнього середовища та внутрішніх деструктивних чинників.

У сучасних економічних умовах якісний розвиток бізнесу, досягнення визначеного рівня конкурентоспроможності та економічної безпеки може забезпечити процесно-орієнтований підхід до управління підприємством.

Для оптимізації бізнес-процесів необхідне розуміння конкретних цілей цього заходу і встановлення їх ієрархії. Бізнес-процес - це реалізація функції в часі, спосіб вирішення бізнес-завдання. Бізнес-процеси описують те, як функції виконуються, в якій послідовності і як взаємодіють між собою на підприємстві. Отже, враховуючи те, що бізнес-процеси є цілеспрямованою сукупністю взаємозв'язаних дій по перетворенню входів (ресурсів) у виходи (корисні результати), можна оперативно реагувати на зміни, пов'язані із загрозами та нівелювати їх. Виокремлення бізнес-процесів передбачає формування переліку їх функцій, меж, відповідальності за виконання операцій і їх взаємодію. Атрибути бізнес-процесу (власник, вхід, вихід, ресурси, зовнішнє і внутрішнє середовище, інтерфейс) дають можливість визначити цільові орієнтири результативності бізнес-процесів. Отже, з метою забезпечення ефективності діяльності вітчизняним підприємствам необхідно постійно розвиватися, вдосконалювати свої бізнес-процеси у відповідності до ринкових умов та потреб споживачів.

У сучасній літературі виокремлюють два аспекти значення бізнес-процесів у забезпеченні економічної безпеки підприємства та її складових. Перший аспект відображає пряму дію процесного підходу та ґрунтується на таких базових принципах, як: тотальне управління якістю; деталізація управління взаємопов'язаними процесами гармонізації інтересів підприємства і суб'єктів зовнішнього середовища; бізнес-інжиніринг процесів; моніторинг, автоматизація, регламент бізнес-процесів і управління знаннями на підприємстві; управління за результатами (управління змінами). Другий аспект — дає можливість виділити бізнес-процеси, що безпосередньо пов'язані з забезпеченням економічної безпеки, а саме: бізнес-процеси ефективного функціонування служби безпеки, правової захищеності діяльності підприємства, організації безпеки персоналу, захищеності комерційних інтересів тощо. Таким чином, високий рівень економічної безпеки та її складових у контексті процесного управління є важливою передумовою ефективного господарювання та розвитку підприємства.

ПРОБЛЕМАТИКА КОНТРОЛЮ АКЦИЗНОГО ОПОДАТКУВАННЯ

Коптєва Г.М., Білоброва К.Г.

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

Акциз – один з найбільш важливих з фіскальної точки зору податків в Україні. Перелік підакцизних товарів в різних країнах не завжди ідентичний, але зазвичай до них включають високорентабельні виробы, вживання яких зазвичай несе шкоду для здоров'я людини чи довкілля. Тютюнові виробы та алкогольні напої відносяться до підакцизних в більшості країн світу. Застосування механізмів акцизного оподаткування для цих товарів пов'язано з використанням акцизних марок та інших механізмів, що дозволяє, в певній мірі, захистити внутрішній ринок від контрафактної продукції [1]. Чинне в Україні маркування підакцизної продукції паперовими марками є недостатньо ефективним засобом контролю. В країнах ЄС впроваджена та функціонує Автоматизована система контролю за рухом підакцизної продукції (Excise Movement and Control System (EMCS)) відносно палива, тютюнових виробів та алкогольних напоїв.

В Україні з 2016 р. функціонує система електронного адміністрування реалізації пального (СЕАРП), впроваджено електронну акцизна накладну для палива [2]. Та слід зазначити, що завдання, які повинна виконувати ця електронна система суттєво відрізняються від тих, що покладені на EMCS. Оскільки Українська СЕАРП є внутрішньою, то вона фіксує сплату акцизного податку та переміщення пального виключно в межах території України. В результаті її впровадження посилено контроль за виробниками, імпортерами та суб'єктами, що реалізують паливо. Відносно алкогольних напоїв та тютюнових виробів, то система їх електронного адміністрування в Україні ще не створена повністю. Необхідність її впровадження та посилення контролю за обігом подібної продукції має полегшити роботу підприємств, які виробляють підакцизну продукцію, і стане дієвим важелем у боротьбі з контрафактом та контрабандою. Таким чином, впровадження автоматизованої системи контролю за обігом підакцизних алкогольних напоїв та тютюнових виробів в Україні є надзвичайно актуальним. Впровадження такої системи контролю, дозволить контролюючим органам слідкувати в електронному режимі за рухом тютюнових та алкогольних виробів в Україні, а покупцям, при зчитуванні інформації електронного коду з марки, дізнаватися інформацію щодо походження підакцизного товару та його оригінальності.

Література:

1. Розпорядження КМУ «Про схвалення Концепції створення та впровадження автоматизованої системи контролю за обігом підакцизних товарів (алкогольних напоїв та тютюнових виробів) “Електронна акцизна марка” від 06.07.2016р. № 497-р [Електронний ресурс]. - Режим доступу:<http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=249204815>
2. Щодо запровадження системи електронного адміністрування реалізації пального [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/baneryi/elektronne-administruvannya/informatsiyi-povidomlennya/238304.html>

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ У ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО ПОДАТКУ 4 ГРУПИ

Коптєва Г.М., Мальцева А.О

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

Організація системи бухгалтерського обліку на малих підприємствах залежить від: вибору системи оподаткування; вибору форми організації бухгалтерського обліку; вибору системи бухгалтерського обліку; використання плану рахунків. Для організації бухгалтерського обліку ведеться облік доходів і витрат у журналах (журнал 1-мс обліку активів; журнал 2-мс обліку капіталу і зобов'язань; журнал 3-мс обліку доходів; журнал 4-мс обліку витрат) і відомостях [1]. Також передбачено два варіанти ведення реєстрів: проста форма обліку, спрощена форма бухгалтерського обліку.

Складання фінансової звітності для суб'єктів малого підприємництва регулюється П(С)БО 25, який передбачає складання Фінансового звіту суб'єкта малого підприємництва у складі балансу (форма 1-м) і звіту про фінансові результати (форма 2-м) [2].

Згідно з нормами ПКУ суб'єкти малого бізнесу можуть самостійно обирати варіанти оподаткування: загальну систему оподаткування та спрощену систему оподаткування [3]. За нормами ПКУ виокремлено 4 групи платників єдиного податку. Так, єдинниками четвертої групи можуть бути сільськогосподарські товаровиробники, у яких питома вага доходу, отриманого від реалізації сільгосппродукції власного виробництва та продуктів її переробки за попередній податковий (звітний) рік, становить не менше 75 % загальної суми доходу за цей же період. У 2019 році для 4 групи платників єдиного податку передбачені зміни щодо приєднання до цієї групи фізичних осіб-підприємців, які провадять діяльність виключно в межах фермерського господарства, зареєстрованого відповідно до Закону України «Про фермерське господарство» [4]. Отже, для подальшого розвитку підприємств малого бізнесу необхідно вдосконалювати нормативну та правову базу забезпечення обліку, систему оподаткування, а також розробляти методики обліку на малих підприємствах з урахуванням специфіки їх функціонування.

Література:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999р. №996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва», затверджено наказом МФУ від 25.02. 2000р. № 39 – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
3. Податковий кодекс України від 02.12.10 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
4. Пояснювальна записка до проекту Закону України «Про Державний бюджет України на 2019 рік» від 14.09.2018р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://w1.c1.rada.gov.ua/pls>

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ ТА ЗА КОРДОНОМ

Коптєва Г.М., Ніколаєнко О.О.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Фіскальна роль податку на прибуток підприємств у бюджеті поступово знижується (він забезпечує близько 7-9% доходів бюджету), що можна вважати позитивним моментом з огляду на необхідність стимулювання інвестиційної та підприємницької активності підприємств. У сучасних умовах, коли більше третини економіки країни перебуває в тіні, податковий тиск зміщується на добросовісних платників податків [1]. Прибуток є основним власним джерелом фінансових ресурсів підприємства для розвитку виробництва, а податок на прибуток сплачується як частина (18%) [2] від отриманого підприємством прибутку і тому має значний вплив на функціонування суб'єктів господарювання, адже при цьому зменшуються можливості розширеного відтворення.

Зарубіжні країни демонструють розкид ставок податку на прибуток підприємств. Деякі країни знизили ставки податку на прибуток (США з 50% до 21%, Словаччина з 22% до 21%, Великобританія — з 20% до 19%, Франція — з 33,3% до 28%, Австралія — з 30% до 25%, Угорщина з 19% до 9%). Продовжує знижувати податок на прибуток Естонія, де цей податок сплачується лише під час розподілу прибутку. Уряд країни планує подальше зниження ставки податку — з 20% до 14% [3]. Оскільки зниження ставки податку на прибуток негативно впливає на доходи держави, чимало країн збільшили ставки ПДВ, акцизів, податку на нерухомість та податків на забруднення навколишнього середовища, які менш вразливі для економіки порівняно з прямими податками. Світова практика підтверджує, що в розвинених країнах найсуттєвіші надходження до бюджету здійснюються за рахунок прогресивного особистого прибуткового податку і технічно удосконалених податків на товари та послуги, а податок на прибуток корпорацій становить незначну питому вагу в доходах бюджетів.

Податок на прибуток, тією чи іншою мірою, обтяжує підприємницьку діяльність, у результаті чого, зменшує доходи і майно платника. Отже, податок на прибуток, з одного боку, скорочує обсяг коштів, що залишаються у розпорядженні господарюючих суб'єктів, які могли б бути інвестовані, а з іншого, - знижує зацікавленість в інвестиційній діяльності. Таким чином, інвестиційний клімат в країні залежить від діючого механізму оподаткування прибутку підприємств.

Література:

Вісник. Рейтинг. Топ-100 великих платників — Вісник ДФС України. — №1-2, березень 2017 — 96 с.

Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

Почему страны конкурируют из-за ставки налога на прибыль [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://ap-center.com>

ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ ЄС

Коптєва Г.М., Турієва А.Я.

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

Побудова адаптованої до умов кожної держави системи оподаткування доходів фізичних осіб має важливе значення, адже вона є однією з найбільш пріоритетних і впливових у плані наповнення бюджету, а група платників податку на доходи фізичних осіб (ПДФО) є найчисельнішою. В міжнародній практиці виокремлюють три типи систем оподаткування доходів фізичних осіб: подвійний прибутковий податок, комплексна система оподаткування, плоский прибутковий податок.

Особливість європейської системи оподаткування полягає в тому, що її утворюють на основі прогресивної шкали. Наприклад, у Франції доходи поділяються на 8 категорій, кожна з яких має свою методику розрахунку (від 5,5% до 75% при доході сім'ї 1 000 000 євро і більше), пільги і відрахування. У Німеччині початкова ставка ПДФО – 0% на доходи, менші за \$9 тис., з доходів на суму від \$9 тис. до \$11,5 тис. стягується 2,56% податку. У Великобританії неоподатковуваний мінімум за рік становить 2790 фунтів стерлінгів, а податкові ставки – 20%, 40% і 45%. У Швеції резиденти зобов'язані сплачувати податок з усіх доходів, починаючи з 45 тис. євро на рік за прогресивною шкалою, загальна максимальна ставка становить 56,9%. У Норвегії резиденти сплачують національний і місцевий податок з усіх доходів. ПДФО з річної заробітної плати обчислюється за ставкою 9,5%, якщо дохід – від 220 501 до 248 500 норвезьких крон. Отже, у більшості країн Європи ПДФО належить до місцевих податків, його ставки регулюють місцеві органи самоврядування. Під час сплати ПДФО в Україні та в країнах ЄС виникає чимало проблем, які здійснюють вплив на соціально-економічний розвиток країни (табл.1).

Таблиця 1 - Проблеми оподаткування доходів фізичних осіб в Україні та в країнах ЄС

Україна	Країни ЄС
1. Не досить повна база оподаткування. 2. Негнучкість національної системи оподаткування та її низька ефективність. 3. Відсутність прогресивної шкали оподаткування доходів фізичних осіб. 4. Високий рівень корупції в сфері оподаткування. 5. Загальноприйнята практика ухилення від сплати податку на доходи фізичних осіб. 6. Практично відсутня практика впровадження заходів щодо легалізації доходів громадян у тіньовому секторі економіки.	1. За високих доходів фізичної особи рівень оподаткування високий (наприклад, до 75% у Франції, до 56,9% у Швеції). 2. Жорсткий рівень адміністрування та контролю за оподаткуванням. 3. Більшість країн ЄС стягують податок з абсолютно всіх доходів, отриманих в країні або за її межами (Швеція, Італія). 4. Стандартні податкові ставки в деяких європейських країнах не завжди застосовуються до іноземців, що мають вид на проживання.

Таким чином, кожна країна формує індивідуальну систему оподаткування доходів населення з визначеними законодавством елементами податку.

ОСОБЛИВОСТІ ЗБИРАННЯ ПЕРВИННОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Косар Н.С., Кузьо Н.Є.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

В умовах посилення конкуренції на ринку обґрунтованість управлінських рішень підприємств залежить від їх інформаційного забезпечення. Більш актуальною та цілеспрямованою є первинна маркетингова інформація, проте її збирання потребує багато часу та коштів. Частково усунути цей недолік можна, використовуючи Інтернет. Зростання проникнення Інтернету в Україні збільшує репрезентативність отриманих результатів. Проведений аналіз свідчить, що у 2018 р. чисельність користувачів Інтернету в Україні віком від 12 до 70 років зросла на 7% - до 70% усього населення України [1].

Усі методи збирання маркетингової інформації в Інтернеті поділяються на три групи [2]:

- ті, що передбачають дослідження ринкової структури ринку (пошук інформації з використанням пошукових систем, у веб-каталогах чи за посиланнями, на підставі аналізу «жовтих сторінок» чи із використанням тематичних веб-серверів);
- ті, що передбачають дослідження переваг та уподобань користувачів Інтернету (розміщення анкет у групах новин, на Інтернет-форумах чи шляхом E-mail розсилки та формування онлайн-фокус-груп);
- ті, що передбачають визначення ефективності веб-серверу (опитування їх відвідувачів та залучення інформації з log-файлів та cookies).

В Інтернеті підприємства можуть використовувати два різновиди опитування [3, с. 66]:

- offline, при проведенні яких респонденти можуть отримати анкети електронною поштою або скачати їх з сайту, надалі заповнити та відіслати електронною поштою;
- online – коли респондент відповідає на поставлені запитання у режимі реального часу та можна відразу переглянути отримані результати опитування.

Інтернет дозволяє підприємствам активно використовувати не лише опитування, але і експеримент. Останній передбачає розробку експериментального веб-сайту та аналіз поведінки користувачів стосовно визначених змін щодо його змісту, дизайну та навігації.

Література:

1. Kantar TNS представила дослідження інтернет-аудиторії України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://tmginfo.net/2018/05/kantar-tns-predstavila-doslidzhennya-internet-a>.
2. Лебеденко М.С. Інформаційні технології в маркетингових дослідженнях / М.С. Лебеденко [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/3080/1/54.pdf>.
3. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій у маркетингу / С.М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №4, Т. II. – с. 64-74.

НАЦИОНАЛЬНАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Косенко А.В., Долина И.В., Перерва П.Г.

Национальный технический университет

«Харьковский политехнический институт», г. Харьков

Национальная стратегия развития сферы интеллектуальной собственности в Украине на период до 2020 года разработана на основе анализа современного состояния сферы интеллектуальной собственности и определяет приоритеты и перспективы развития Национальной системы интеллектуальной собственности и развития этого направления на промышленных предприятиях.

Под сферой интеллектуальной собственности понимается среда с внутренним единством, в котором осуществляется совокупность различных видов творческой, интеллектуальной деятельности человека, охватывают различные сферы экономической и общественной жизни, в результате чего создаются объекты интеллектуальной собственности, права на которые охраняются действующим законодательством и по своей природе являются нематериальными. Разработка Национальной стратегии развития сферы интеллектуальной собственности является логическим продолжением процесса совершенствования сферы интеллектуальной собственности в Украине, что происходит в рамках реализации Концепции развития государственной системы правовой охраны интеллектуальной собственности на 2009-2014 годы, и обусловлено необходимостью кардинальных изменений, направленных на использование интеллектуальной собственности в качестве стратегического ресурса в системе формирования национального богатства и повышения конкурентоспособности экономики страны, рискорення інноваційного розвитку та інтеграції України в міжнародне економічне простірство.

Литература:

1 Романчик Т.В. Аналіз стану інноваційної активності економіки України [Текст] / Т.В. Романчик // Бізнес-інформ. – 2014. – №5. – С. 111-115.

2 Kocziszky, György Reputational compliance / György Kocziszky, M. Veres Somosi, T.O. Kobieliava // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум-2017" : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О.В. Манойленко. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 140-143.

3 Перерва П.Г. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності / П. Г. Перерва, С. Нагі, Т. О. Кобелева // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.

4 Перерва П.Г. Моделювання споживчої, виробничої, інтелектуальної та кадрової складових ресурсного потенціалу / П.Г.Перерва, О.П.Косенко, А.В. Косенко // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2012. – № 51 (957). – С. 68-73.

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ КОММЕРЧЕСКОГО УСПЕХА ПРЕДПРИЯТИЯ

Косенко А.П., Ткачева Н.П., Перерва П.Г.
*Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт», г. Харьков*

Рыночная стратегия предприятия рассматривается и определяется с двух позиций:

а) с позиции предприятия, его особенностей, потребностей и возможностей;
б) с позиций рынка - его емкости, уровня насыщенности, состояния конкуренции, вероятности появления товаров-аналогов и товаров-заменителей и др.

Предпочтение той или иной позиции приводит к маркетинга, ориентированный на продукт, либо к маркетингу, ориентированного на потребителя. Маркетинг реализуется в сочетании трех моментов - прошлого, настоящего, будущего. Его нельзя рассматривать как орудие решения срочных задач, а наоборот, это средство наблюдения за воспроизведением предприятия (фирмы), его текущей и перспективной организацией.

Коммерческая деятельность предпринимательских структур начинается с всестороннего и глубокого анализа рынка и его возможностей. Осуществляется это проведением сегментации рынка, разделением его на части с учетом определенных особенностей потребителей. После изучения структуры рынка предпринимательские структуры выбирают ту или иную стратегию. Тогда для каждого сегмента рынка предполагается выпуск соответствующего товара.

В дальнейшем предприятие (фирма) проводит позиционирование товара на рынке. Оно выясняет соответствие своего товара требованиям потребителей, а также его позицию по сравнению с аналогичными товарами конкурентов и выбирает вид маркетинга, который будет использоваться в том или ином случае. Таким образом влияют на потребителей, их покупательную способность.

Литература:

1. Перерва П. Г. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності / П.Г. Перерва, С. Нагі, Т.О. Кобелева // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.

2. Романчик Т. В. Деякі аспекти економічної безпеки промислових підприємств / Т.В. Романчик // Тези доп. 24-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Інформаційні технології : наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я" (MicroCAD–2016), 18-20 травня 2016 р. / ред. Є.І. Сокол. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – С. 283.

3. Kocziszky, György Reputational compliance / György Kocziszky, M. Veres Somosi, Т.О. Kobielieva // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2017" : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О.В. Манойленко. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 140-143.

4. Перерва П. Г. Моделирование споживчої, виробничої, інтелектуальної та кадрової складових ресурсного потенціалу / П. Г. Перерва, О. П. Косенко, А. В. Косенко // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2012. – № 51 (957). – С. 68-73.

5. Романчик Т.В. Аналіз стану інноваційної активності економіки України [Текст] / Т.В. Романчик // Бізнес-інформ. – 2014. – №5. – С. 111-115.

ПСИХОЛОГІЯ КОЛЬОРУ В МАРКЕТИНГУ

Косенко О.П., Кавун М.В.

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

У сучасному конкурентному середовищі важливу роль відіграє впізнаваність компанії або продукту. Щоб побудувати міцні відносини з клієнтами, компаніям необхідно асоціювати себе з культурою різних груп людей. У цьому процесі сприйняття кольору має основоположне значення для прийняття рішень споживачем. Організації передають свій посыл широкому колу споживачів, які спочатку оцінюють бренди по упаковках і асоціюють їх з певними кольорами. У міру того як споживачі стають все більш витонченими, маркетингові стратегії знаходять способи краще зрозуміти зв'язок між кольором і поведінкою споживачів. У цьому контексті внесок кольору в поведінку споживачів стає все більш важливим.

В контексті поведінки споживачів дослідники визначили, що, спираючись на вплив яке може надавати колір, деякі продукти набувають підвищену товарність. Колір може служити засобом створення виразного іміджу компанії, якщо фірмі вдається донести до споживачів їх ідеологію. Більш того, враховуючи, що споживачі по-різному сприймають колір в залежності від їх культурних і психологічних чинників, фірми, які можуть скористатися реакціями споживачів на колір в маркетингу, можуть створити сильну конкурентну перевагу і підвищити популярність своїх продуктів або послуг.

Використання кольору в маркетингу також може впливати на сприйняття споживачем ціни і якості. Люди, на рівні підсвідомості, класифікують продукти на дорогі і недорогі за кольором. Наприклад, у свідомості споживачів чорні або сірі продукти зазвичай сприймаються як преміальні, тоді як продукти білого кольору часто виглядають дешевше.

Отже, колір напряму впливає на наше сприйняття продукту. Необхідно відповідально ставитись до вибору дизайну, дивлячись на те, кому і який продукт збираються продавати. Колір - це перше, на що споживачі дивляться і кожен споживач сприймає кожен колір інтуїтивно, їх поведінка залежить від підсвідомих асоціацій. Тому важливо правильно обрати колір для продукту, або бренду, щоб він стимулював споживачів приймати необхідні виробнику рішення та викликав правильні асоціації.

Література:

1. Aslam, M. M. (2006). Are You Selling the Right Colour? A Cross-cultural Review of Colour as a Marketing Cue, *Journal of Marketing Communications* Vol. 12, No. 1
2. Hung, W.K., Chen, L.L. (2009). Exploring Relationships between Product Aesthetics, Typicality and Preference, *IASDR09 (Conference of International Association of Societies of Design Research 2009, Seoul)*.
3. Sable, P., Akcay, O. (2010). Color: Cross Cultural Marketing Perspectives as to what governs our response to it, *Proceedings of ASBBS, Volume 17, Number 1, ASBBS Annual Conference: Las Vegas*

УЧАСТЬ УКРАЇНИ У МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ ЗІ СТАНДАРТИЗАЦІЇ, СЕРТИФІКАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

Кочіна К.О., Білоцерківський О.Б.

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

Проблема забезпечення якості має міжнародний характер, тому об'єднання зусиль спеціалістів різних країн, їх постійна співпраця сприяють перетворенню досягнень окремих держав у сфері якості в загальне надбання [1].

Сьогодні з різними аспектами проблеми менеджменту якості пов'язана діяльність ряду міжнародних і регіональних організацій: Міжнародної організації зі стандартизації (ISO), Міжнародної електротехнічної комісії (IEC), Європейської організації з якості (EOQ), Європейського комітету зі стандартизації (CEN) та ін [2, 3].

Діяльність CEN тісно пов'язана з Європейським комітетом стандартизації в електротехніці (CENELEC), в який входять 17 європейських країн, в т. ч. й Україна [2, 3].

Спільними зусиллями CEN і CENELEC розроблено основоположні європейські стандарти CEN/CENELEC серії 45000, які стосуються випробувань, сертифікації й акредитації [2, 3].

Україна також бере участь у роботі системи сертифікації електронних компонентів Міжнародної електротехнічної комісії (IECQ) та системи з випробувань електричного обладнання на відповідність до стандартів безпеки (IECEE) [4].

Україна взяла на себе зобов'язання щодо гармонізації законодавства, норм правил та стандартів, а також процедур оцінки відповідності (сертифікації) у напрямі зближення з європейськими в рамках виконання Угоди про партнерство та співробітництво між Україною та ЄС (статті 51, 56) [1].

Удосконалення національної системи стандартизації та сертифікації з метою її зближення з міжнародною і європейською є головним напрямом розвитку, що в повній мірі відповідає принципам Угоди про технічні бар'єри в торгівлі Світової організації торгівлі СОТ [1].

Ділові та сприятливі взаємини нашої держави з керівництвом міжнародних і європейських організацій у сфері стандартизації, сертифікації та ідентифікації товарів і послуг прискорюють інтеграційні процеси України у світове економічне співтовариство [1].

Література:

1. Гріфін Р., Яцура В. Основи менеджменту: Підручник / Наук. Ред.В. - Львів: Бак, 2014. - 624 с.
2. Воронкова А. Е., Єрохіна Л. В., Рябенко Л. І. Міжнародні економічні організації: Навчальний посібник. – К. : ВД „Професіонал”, 2015. – 352 с.
3. Білоцерківський О. Б. Основи стандартизації, метрології та управління якістю: текст лекцій / О. Б. Білоцерківський. – Харків: «Точка», 2017. – 190 с.
4. Кухарська Н. О., Харічков С. К. Міжнародна економічна діяльність України: Навчальний посібник. – «Одіссей», 2012. – 455 с.

ОСНОВНІ ЗАСОБИ ПІДПРИЄМСТВА: ЗАВДАННЯ ТА ЕТАПИ АНАЛІЗУ

Кошелєва Л.А., Побережна Н.М.

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

Важливою умовою функціонування й розвитку сучасного підприємства є забезпеченість підприємства основними засобами в необхідній кількості, рівень інтенсивності їх використання, пошук резервів підвищення фондоддачі. Ефективне використання основних засобів визначає необхідність впровадження достовірної й науково обґрунтованої системи їх економічного аналізу, яка відповідала б вимогам керування й розвитку підприємства в умовах невизначеності зовнішнього середовища [1-4].

При проведенні аналізу динаміки, складу та структури основних засобів необхідно: визначити середньорічну вартість основних засобів, їх структуру та динаміку їх зміни за декілька років; виявити причини збільшення вартості основних засобів (збільшення внаслідок переоцінки основних засобів не є позитивною тенденцією, до числа позитивних можна віднести перевищення темпів зростання вартості виробничих основних засобів над темпами зростання вартості невиробничих засобів); порівняти темпи зміни вартості основних засобів з динамікою зростання вартості продукції або обсягів виробництва в натуральному вираженні. Останній показник повинен мати вищі темпи зростання порівняно з вартістю основних засобів; виявити тенденції щодо структурних змін в складі основних засобів.

Етапами аналізу основних засобів та нематеріальних активів є:
аналіз забезпеченості основними засобами;
аналіз ефективності використання основних засобів;
аналіз ефективності використання нематеріальних активів.

Узагальнюючими показниками, що характеризують рівень забезпеченості підприємства основними виробничими засобами, є фондоозброєність, енергоозброєність та технічна озброєність праці [1, с. 305].

Література.

1. Мошенський С. З. Економічний аналіз / С. З. Мошенський, О. В. Олійник. – Житомир : ПП «Рута», 2007. – 704 с.
2. Побережна Н. М. Оцінювання ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівних підприємств та визначення стратегічних напрямів його розвитку / Н. М. Побережна // Бізнес Інформ. - 2012. - № 9. - С. 214-220.
3. Побережна Н. М. Спільне та відмінне в обліку основних засобів за МСБО 16 та П(С)БО 7 / Н. М. Побережна, А. В. Яценко // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2014. – № 32 (1075). – С. 110-113.
4. Побережна Н. М. Формування алгоритму оцінки виробничого потенціалу машинобудівного підприємства / Н. М. Побережна // Економічний вісник Донбасу. – 2013. – № 1 (31). – С. 161-165.

ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ІННОВАЦІЙ

Кравчук А.В.

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

В сучасних умовах безперервного зростання темпів НТП важливим в науковому і практичному значенні є дослідження інноваційної політики підприємства, визначення сучасних інструментів її формування, до яких безперечно належить і збалансована система показників, яка інтегрує в собі всі необхідні критерії та є інструментом оперативного та стратегічного управління підприємством [1,2].

Розуміння значення, ролі, показників і факторів підвищення економічного ефекту та ефективності впровадження промислових інновацій сприяють досягненню поставлених цілей і задач, отриманню конкурентних переваг, перспектив розвитку в умовах динамічності ринкового середовища. Основу процесу визначення рівня ефективності інноваційної діяльності складає комплексне дослідження та аналіз багатокритеріальної системи оцінки ефективності інноваційних процесів промислових підприємств (ПП).

На основі системи показників представляється можливим застосування інтегрального показника ефективності інновацій, що включає кілька показників, що різнобічно характеризують інноваційні проекти на підприємстві, з урахуванням значущості кожного показника [3].

Інноваційна активність є одним з основних факторів розвитку та підвищення ефективності діяльності, вони багато в чому визначають вартість і положення підприємства на ринку. Для оцінки ефективності інновацій потрібна всебічна комплексна оцінка, що враховує всі сфери та інтереси, вирішення цього питання може бути єдиний загальний інтегральний показник ефективності інноваційного проекту, який буде всебічно оцінювати проект, будучи сукупністю різних показників. Отже, комплексний інтегральний показник дозволяє уникати конфліктів між окремими показниками ефективності інновацій і забезпечує прийняття обґрунтованого рішення при виборі з альтернативних проектів, будучи адаптованою до особливостей діяльності ПП [4].

Література:

1. Перерва П. Г. Збалансована система показників в інноваційно-інвестиційній політиці промислового підприємства / П. Г. Перерва, Т. О. Кобелева, Н. П. Ткачова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2015. – № 60 (1169). – С. 50-54.
2. Гладенко И. В. Сбалансированная система показателей в структуре мониторинга ИД предприятия / И. В. Гладенко // Бизнес-Информ. – Харків: ХНЕУ, 2011. – № 1. – С.11-20.
3. Мершиев Р.В. Проблемы оценки эффективности инноваций / Р.В. Мершиев // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал). – № 5. – 2010 – С. 114 – 119.
4. Кувшинов М.С. Интегральная оценка эффективности инвестиционных проектов на промышленных предприятиях / М.С. Кувшинов, Н.С. Комарова, М.И. Бажанова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2013 – №4. – С. 52-55.

ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ З ВИКОРИСТАННЯМ НОВИХ МЕТОДІВ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ІНФОРМАЦІЇ

Крамської Д.Ю.

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

Вирішення проблеми підвищення якості інвестиційних проектів сприятиме забезпеченню конкурентоспроможності інвестиційних проектів українських підприємств та активізації інвестиційної діяльності в Україні. [1-5]

Пропонується використання наступних нових методів інтерпретації інформації. Методи багатокритеріальної оцінки проектів. Актуальним питанням розробки інвестиційних проектів є оцінка проекту за декількома показниками, особливо якщо вони надають суперечливу інформацію щодо ефективності проекту. Вибір проекту за показником NPV є вірним настільки, наскільки вірно обрана ставка дисконту. Дуже часто експерти припускаються помилок, які полягають в ігноруванні зв'язку між ставкою дисконту та системою цін, на базі яких виконуються розрахунки [1-5]. Методи інтерпретації показників господарської діяльності компанії. Фінансовий аналіз діяльності компанії-реципієнта може бути проведений у двох напрямках: з метою визначення узагальнюючих фінансових показників для компанії, або з метою визначення рангу компанії серед подібних компаній галузі. [1-5]

Обґрунтування та інтерпретація рівня дисконтної ставки. Для оцінки комерційної ефективності проекту ми рекомендуємо визначати індивідуальну норму дисконтування для кожного конкретного проекту виходячи з «ціни грошей» для господарюючого суб'єкту, яка буде дорівнювати реальній нормі річного прибутку на капітал з урахуванням ризику, альтернативних доступних варіантів інвестування із порівнянням ризиком. [1-3]

Література.

1. Крамської Д.Ю. Сучасні методики інвестиційного проектування та застосування програмних продуктів з позиції методики фінансово-економічної оцінки проекту / Д.Ю. Крамської // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 45 (1266). – С. 112-117.
2. Крамської Д.Ю. Підвищення якості інвестиційних проектів завдяки введенню додаткових елементів інформаційного масиву / Д. Ю. Крамської, П. В. Нотовський // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 140-146. –
3. Крамської Д.Ю. Застосування нових методів інтерпретації інформації для підвищення якості інвестиційних проектів / Д. Ю. Крамської // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 21-26.
4. Крамської Д.Ю. Обґрунтування методів оцінки розвитку виробництва і ефективності інвестицій / Д.Ю. Крамської // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 48 (1220). – С. 50-57.
5. Крамської Д.Ю. Розробка методики оцінки інвестиційного проекту на основі балансу інтересів його учасників / Д.Ю. Крамської // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 47 (1219). – С. 30-35

КРИТЕРІЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ КЛЮЧОВИХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ ПІДПРИЄМСТВА

Краснокутська Н.С., Госн С.К.
*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Протягом останніх років теорія та практика взаємодії зі стейкхолдерами збагачувались новими підходами, автори яких розглядали в якості критеріїв їх ідентифікації владу, ієрархію цінностей, потреби, свідомість та інші характеристики, що становили підґрунтя побудови карти стейкхолдерів.

З метою узагальнення існуючих підходів до ідентифікації ключових стейкхолдерів нами виділено базові критерії, які пропонуються різними авторами та становлять підґрунтя для розробки карти стейкхолдерів.

Спираючись на отримані результати, ідентифікацію стейкхолдерів за рівнем влади пропонуємо здійснювати з урахуванням того, що влада – це ступінь / рівень, який визначає можливості доступу учасника відносин до фізичних, матеріальних, репутаційних ресурсів іншої сторони для нав'язування / здійснення своїх ідей, інтересів, бажань. Доступність цих ресурсів – величина мінлива, а, отже, влада може бути не тільки отримана, але і втрачена. Відповідно до наведеного визначення, характеристику стейкхолдерів за ступенем влади нами запропоновано надавати з позицій їх здатності чинити прямий або опосередкований (непрямий) вплив на діяльність підприємств, використовуючи різні механізми та інструменти.

Визначення кола можливих інтересів потенційних стейкхолдерів пропонуємо здійснювати за сферами їх виникнення:

- 1) економічні інтереси, які передбачають отримання певних доходів, наприклад, у вигляді заробітної плати, дивідендів, відсотків, зростання вартості інвестованого капіталу тощо, або скорочення витрат;
- 2) соціальні інтереси, що пов'язані з підвищенням соціального статусу, саморозвитком, створенням робочих місць, стимулюванням відповідального споживання, стимулюванням інновацій для підвищення якості кондитерської продукції, недопущенням шкідливого впливу на здоров'я тощо;
- 3) екологічні інтереси, які мають підґрунтям дотримання екологічних норм і стандартів, зменшення шкідливих викидів в атмосферу тощо.

Значимість стейкхолдерів розглядається нами як ступінь пріоритизації заінтересованої особи щодо висунутих нею вимог і інтересів. Найбільш значимою групою стейкхолдерів пропонується вважати ту, інтереси якої мають бути задоволені підприємством невідкладно через можливу пряму загрозу (вплив) існуванню самого підприємства. Наступна за значимістю група стейкхолдерів вимагає термінового задоволення інтересів, оскільки їх ігнорування може зруйнувати репутацію підприємства та призвести до загрози існуванню в довгостроковій перспективі. Віддалена терміновість реалізації інтересів означає побудову довгострокових взаємовідносин із ключовими стейкхолдерами, які хоча і можуть чинити прямий вплив на діяльність підприємства, але мають стратегічні наміри щодо його розвитку.

РОЗГОРТАННЯ ФУНКЦІЇ ЯКОСТІ

Криворотько М. Р., Кучіна С. Е.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут» м. Харків

У роботі розглянуто необхідність застосування розгортання функції якості з метою відстеження вимог споживача на всіх етапах життєвого циклу продукції (починаючи з її планування) для гарантованого отримання кінцевого результату, відповідного очікуванням споживача.

Розгортання функції якості – це систематизований шлях структуризування потреб споживачів через розгортання функцій та операцій діяльності компаній по забезпеченню такої якості на кожному етапі життєвого циклу новоствореного продукту, яке б гарантувало отримання кінцевого результату, яке б відповідало очікуванням споживача[1-4].

При розгортанні функції якості можна виділити п'ять ключових елементів[1]:

- 1) Уточнення вимог споживачів. Виробник повинен зрозуміти що потребує споживач від продукту і як він буде його використовувати;
- 2) Перевод вимог споживача у загальні характеристики продукту;
- 3) Виявити зв'язок між відповідними компонентами «що» і «як». Сила зв'язку залежить від того наскільки суттєвий вклад вносить та чи інша характеристика продукту у задоволення конкретної потреби споживача;
- 4) Вибір цілі. Вибір таких значень параметрів якості створеного продукту, які не тільки будуть відповідати очікуванням споживача, але й забезпечать конкурентоспроможність продукту в певному сегменті ринку;
- 5) Встановлення рейтинг вагомості компонентів «що» та основі цих даних – визначення рейтингу вагомості відповідних компонентів «як». Для цього ефективно використовувати деревовидну діаграму.

Повністю розгорнута функція якості містить наступні чотири етапи[1-3]:

- 1) Планування продукту;
- 2) Проектування продукту;
- 3) Проектування процесу;
- 4) Проектування виробництва.

Отже, розгортання функції якості не тільки дозволяє формалізувати процедуру встановлення відповідності та значущості зв'язків між вхідною інформацією і вихідною характеристикою створюваного продукту, але і приймати обґрунтовані рішення щодо управління якістю процесів створення продукту, очікуваного споживачем.

Література:

1. Коноплев С.П. Управление качеством : Учеб. пособие. – М. ИНФРА-М, 2014. – 252с.
2. Зайцева Л.О. Якість продукції – необхідна передумова конкурентоспроможності підприємства // Актуальні проблеми економіки . – 2014. – № 9 (159). – С. 196–200.
3. Фомичев С.К. Основы управления качеством [Учебн. пособие] / С.К.Фомичев., Старостина А.А., Скрыбина Н.И. – К. : МАУП, 2000. – С. 196.
4. Кучіна С.Е. Необхідність та напрямки дослідження поведінки споживачів / С.Е.Кучіна, Р.Г. Майстро // Вісник НТУ «ХПІ». – Харків: НТУ «ХПІ», 2011. –№7.– С.111–115.

ОСНОВНІ ЗМІНИ В ДЕРЖАВНОМУ БЮДЖЕТІ УКРАЇНИ В 2019 РОЦІ

Кубрак М.О., Сербін В.В.

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

Центральне місце в будь - якій системі фінансів займає бюджетна система. Завдяки аналізу прибуткової і видаткової частин бюджету, можна судити про спрямованість державної політики і про економічний стан держави. Державний бюджет складається з 2-х доповнюючих один одного взаємопов'язаних частин: дохідної та видаткової.

Витрати бюджету - це кошти, які спрямовуються на здійснення програм та заходів, передбачених відповідним бюджетом.

Тому найбільші витрати з держбюджету України - 2019 такі:

Напрямок витрат	Сума в млрд. грн.
Безпека, оборона	212
Охорона здоров'я	95,7
Освіта	127
Пенсії	167,5
Дороги	55
Субсидії за послуги ЖКГ	20

Склад і структура доходів бюджету певною мірою характеризують фінансову політику і фінансовий стан держави. Структура доходів бюджету досить швидко змінюється, що пояснюється постійними перетвореннями і змінами в податковій системі України і неподаткових надходженнях до бюджету.

Зростуть надходження до бюджету за рахунок:

- податку на прибуток підприємств: + 2,9 мільярда гривень;
- рентної плати за користування надрами для видобутку природного газу: + 9 мільярдів гривень;
- грошей від НБУ: + 2 мільярди гривень;
- власних надходжень бюджетних установ: + 1,4 мільярда.

Ще 5,2 мрд надходжень повинен принести прийнятий в листопаді законопроект про зміни в Податковому кодексі України. Від закону 8487 про розмитнення євроблях в бюджет має надійти 950 мільйонів гривень.

Але лєвова частка цих коштів будуть спрямовані до спеціального фонду державного бюджету на фінансування виплати пенсій, надбавок та підвищень до пенсій і дефіциту коштів Пенсійного фонду.

Отже, незважаючи на збільшення дохідної частини, направити ці гроші можна лише на покриття дефіциту різних фондів соціальної сфери, а не на покриття державного боргу чи розвиток виробництва. А це означає, що треба змінювати направленість державної політики.

ЦИКЛІЧНІСТЬ РОЗВИТКУ – ВАЖЛИВА ЗАКОНОМІРНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ І ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Кузьменко В. П.

Національного університету «Києво-Могилянська академія», м. Київ

Нові інформаційні технології все більше проникають в життя держави, функціонування якої має циклічний характер від передвиборчих перегонів до розвитку економіки. Важливим і широко розповсюдженим у природі механізмом циклодинаміки є круговоротна циклічність, яка проявляється в наявності у великих і складних еколого-економічних системах замкнених циклів руху матерії, енергії, інформації або будь-яких інших субстанцій. Прикладами такої круговоротної циклічності є загальновідомий круговорот води у природі; круговороти ряду необхідних для життя біосфери елементів, таких як кисень, вуглець, азот і фосфор; круговорот радіонуклідів і різних мікроелементів в замкнених біоценозах; круговорот сировини (металів), які багаторазово використовується для виробництва продукції, що може бути легко утилізована після її використання, круговорот обміну інформацією тощо. Круговоротна циклічність спостерігається й у круговортній соціально-політичній динаміці, яку помітили ще у II-му столітті до нової ери два історики Стародавніх Греції та Китаю Полібій і Сима Цянь.

Більш складним явищем, але також широко розповсюдженим у природних, еколого-економічних, виробничо-технологічних і соціально-політичних системах, є наявність у цих системах замкнених контурів від'ємного зворотного зв'язку з певним запізненням (лагом). Саме цей механізм дії зворотного зв'язку може бути причиною виникнення циклічних коливань багатьох характеристик господарчо-економічної діяльності, прикладами яких є коливання цін, цикли пропозиції та попиту на товари і послуги, хвилі інвестиційної активності, витки інфляції. Наявність від'ємних зворотних зв'язків в біосфері породжує циклічні коливання чисельності живих організмів у таких типах систем, що мають цей зв'язок і взаємодіють.

Аналогічні біосферним типи циклів, які обумовлені наявністю у системі контурів від'ємного зворотного зв'язку, можуть виникати і у людських спільнотах на всіх рівнях їх соціальної організації. Слід зазначити, що при наявності в системі інформаційних контурів не від'ємного, а додатнього зв'язку, вихідні показники, які характеризують стан такої системи, починають невпинно зростати, що з часом може привести до виникнення у системі кризових ситуацій і навіть катастроф. Яскравими прикладами таких ситуацій є витки гіперінфляції і спалахи безробіття, які при досягненні ними критичних рівнів можуть привести до соціального вибуху, створення у державі вкрай нестабільної ситуації і навіть руйнування винної у цьому політичної системи. Саме рівні безробіття в 25-30% були у південних країнах Єврозони в часи сучасної глобальної кризи, постійно провокуючи в них страйки та інші форми соціальних протестів населення.

ДОБРОСОВІСНА РЕКЛАМА – ВАЖЛИВИЙ ШЛЯХ ДЛЯ ЗАПОБІГАННЯ ПОРУШЕНЬ У ВИГЛЯДІ НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Кузьменко Л. Г.

*Київський інститут інтелектуальної власності та права
Національного університету «Одеська юридична академія», м. Київ*

Стрімке поширення нових інформаційних технологій має великий вплив на всі сфери життєдіяльності суспільства - від політики і економіки до науки і культури.

В сучасних умовах інформація і те, що пов'язано з нею, має широкий вплив на суспільне життя, який постійно розширюється і стає одним з найважливіших ресурсів, а доступ до інформаційних ресурсів – необхідним фактором соціально-економічного розвитку. Таким чином, інформація займає важливе місце в сучасному суспільстві, тому існує потреба в дослідженні її правового статусу як об'єкта прав інтелектуальної власності.

Забезпечення якісного інформаційного обслуговування шляхом використання своєчасної, достовірної, зручної для користувача інформації є основним призначенням сучасних інформаційних систем і технологій. Інформаційні системи використовуються майже в усіх сферах суспільного життя. Інформація у межах системи цивільного права проявляється як окремий об'єкт правової охорони та як результат творчої діяльності, що охороняється системою права інтелектуальної власності. Захист інформації як об'єкта інтелектуальної власності регламентується міжнародними нормативно-правовими актами. В рамках міжнародного режиму правового регулювання інформація такого роду є об'єктом особливого захисту в сферах торгового та конкурентного права.

Однак з кожним роком в Україні зростає кількість порушень у вигляді поширення інформації, що вводить в оману. Протягом останніх років таке порушення стало найпоширенішим з усього блоку порушень у вигляді недобросовісної конкуренції.

Відповідно до офіційної звітності Антимонопольного комітету України за 2017 рік, порушення у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, становило 81% від загальної кількості порушень у вигляді недобросовісної конкуренції. Тобто з 256 порушень вимог Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» 208 порушень стосувалися поширення інформації, що вводить в оману.

В Україні необхідно вживати заходи щодо вдосконалення інформаційних ресурсів, розширення сфер їх використання та щодо припинення, недопущення та запобігання вищезазначених порушень і вирішувати проблеми захисту інформації як об'єкта інтелектуальної власності.

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА ПОКАЗНИКИ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Кулага В. С., Кучіна С. Е.

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

У роботі розглянуто економічну сутність та види прибутку підприємства.

Прибуток є важливішим узагальнюючим показником у системі оціночних показників ефективності виробничої, комерційної та фінансової діяльності підприємства. Його величина обумовлена об'ємом продажів та якістю продукції, конкурентоспроможністю на ринку, асортиментом, рівнем витрат та інфляцією.

Прибуток це кінцевий результат діяльності підприємства, який характеризує абсолютну ефективність його роботи. Сутність прибутку найбільш повно виражається у його функціях. Можна виділити наступні функції, які найбільш відповідають природі прибутку – функція узагальнюючого оціночного показника діяльності, стимулююча та відтворююча.

Під загальним поняттям прибуток представлені різноманітні його види, які характеризуються декількома термінами. Так, за складом елементів розрізняють прибуток від продажів, прибуток до оподаткування та чистий прибуток підприємства. Прибуток до оподаткування - це кінцевий фінансовий результат, який представляє собою доходи та витрати від звичайної діяльності та інші доходи та витрати. Прибуток від продажу - це основне джерело прибутку, фінансовий результат від продажу продукції, а також надходження, які пов'язані з виконанням робіт та наданням послуг. Чистий прибуток - це прибуток до оподаткування, зменшений на суму відкладених податкових активів, відкладених податкових зобов'язань та поточного податку на прибуток.

Отже, можна стверджувати, що для цілей економічного аналізу та діагностики діяльності підприємства найбільш значимими є три показники прибутку: прибуток від продажів, прибуток до оподаткування, чистий прибуток.

Література:

1. Герасимова В.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебное пособие / в.д. Герасимова, Л.Р. Туктарова, О.А. Черняева. – 2-е изд., перераб. И доп. – Москва : КНОРУС, 2018. – 506с.
2. Кучіна С.Е. Методичні засади формування системи показників економічної ефективності виробництва / С.Е.Кучіна, Г.М. Неплох // Вісник НТУ «ХПІ». – Харків: НТУ «ХПІ», 2013. – №21(994). – С.146-149.
3. Кучіна С.Е. аналіз фінансової стійкості підприємства/ С.Е.Кучіна, М.Ю. Лопатько // Труды IX-ої науково-практичної конференції «Дослідження та оптимізація економічних процесів «Оптимум-2013» 3-5 грудня 2013р. – Х.: НТУ «ХПІ», 2013р. С169-171.
4. Гайбура Ю.А. Управление прибылью предприятия та шляхи її підвищення / Ю.А. Гайбура // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». Випуск 14. Частина 2. – 2015. – С. 127–130.
5. Бланк И.О. Управление прибылью / И.О. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2003. – 752 с.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКОЙ НА ОСНОВЕ СТРУКТУРНО-ПАРАМЕТРИЧЕСКОЙ ОПТИМИЗАЦИИ ДИНАМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Кулаков Г.Т., Кравченко В.В., Бондарь-Подгурская О.В.

*Белорусский национальный технический университет, г. Минск
ВУЗ Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли»,
г. Полтава*

Кибернетика – наука об общих законах управления сложными динамическими системами. Предметом кибернетики являются процессы управления, происходящие в сложных динамических системах, например, в национальной экономике. Н. Винер предложил осуществлять управление с помощью информирующей обратной связи в одноконтурных системах [1]. Вместе с тем одноконтурная система управления не может для объектов с запаздыванием информации по каналу регулирующего воздействия одновременно эффективно обрабатывать задающее воздействие, внутреннее и внешнее угрозы.

В монографии [2, с. 522] для повышения эффективности управления национальной экономикой в интересах большинства населения предлагается использовать многоконтурные системы управления, которые оптимально обрабатывают задание, внутренние и внешние угрозы по отдельным контурам. При этом в качестве основной управляемой величины используется модернизированный индекс человеческого развития (МИЧР), который учитывает жизненно важные интересы населения (ЖВИ), включая индекс человеческого развития, запас устойчивости системы; индексы инновационного развития страны, глобального потепления, а также изменения численности населения.

Для формирования оптимальных систем управления повышением уровня ЖВИ населения целесообразно использовать современные аналитические экспресс-методы структурно-параметрической оптимизации многоконтурных систем управления, позволяющие при наличии требуемых ресурсов (интеллектуальных, финансовых и др.) эффективно обрабатывать прогнозные задания, а также наиболее опасные внутренние и внешние возмущения [3], создавая сценарии реализации устойчивого инновационного социально ориентированного развития экономики страны. При этом, используя фундаментальный принцип регулирования по отклонению и возмущению, оптимально обрабатывается сигнал задания, достигается полная инвариантность (независимость регулируемых величин от действия возмущений) при изменении дополнительно измеряемых внутренних угроз и высококачественное предупреждение внешних вызовов.

Литература:

1. Винер, Н. Кибернетика или управление и связь в животном и машине (издание второе) / Главная редакция изданий для зарубежных стран. М.: Издательство «Наука», 1983. 340 с.
2. Бондар-Підгурська, О.В. Науково-методологічні засади сталого інноваційного соціально орієнтованого розвитку економіки: монографія. Полтава: ПУЕТ, 2016. 531 с.
3. Теория автоматического управления теплоэнергетическими процессами: учеб. пособие / Г.Т. Кулаков [и др.]; под ред. Г.Т. Кулакова. Минск: Вышэйшая школа, 2017. 238 с.

КОУЧИНГ, ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Кулієвич М.Я., Устіловська А. С.

Харківський університет будівництва та архітектури, м. Харків

В умовах сучасної конкурентної боротьби успішність організації залежить від правильно сформованої системи управління персоналом на підприємстві. Саме вона формує можливості підприємства та визначає його рівень конкурентоспроможності на ринку. Для підвищення цих показників використовують різні інструменти управління. Одним із сучасних інструментом управління персоналом є коучинг.

Коучинг – це інноваційний стиль управління персоналом, який спрямований на розкриття потенціалу працівників, підвищення їх продуктивної діяльності, особистого та професійного зростання. Процес коучингу проходить ряд етапів (рис. 1)



Рис. 1 – Етапи коучингу

Як свідчить іноземний досвід, використання коучингу дозволяє істотно підвищити продуктивність своїх працівників, підвищити мотивацію персоналу. Використання коучингу також дозволяє полегшити делегування прав, та заощадити час керівників. Отже, використання іноземного досвіду на підприємствах України дозволить отримати ряд конкретних переваг, та одержати нові шляхи підвищення своєї ефективності на ринку праці, завдяки використанню можливостей інтелектуального капіталу працівників.

Література:

1. Міжнародна академія коучингу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://coacha.ru>.
2. Нагару М. Б. Роль коучингу в забезпеченні конкурентоспроможності персоналу / М. Б. Нагару / Вісник Донецького національного університету: зб. наук. праць. – 2009. – №4. – С. 96-101.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ ЕКОНОМЕТРИЧНИХ ПАНЕЛЬНИХ ДАНИХ В СФЕРІ ОПОДАТКУВАННЯ

Курносів О.В.

*Харківський навчально-науковий інститут державного
вищого навчального закладу «Університет банківської справи»,
м. Харків*

Аналізуючи зарубіжний досвід щодо механізмів державного регулювання в сфері оподаткування, слід підкреслити, що численні емпіричні дослідження, які присвячені зв'язку між оподаткуванням/державними витратами і економічним зростанням, до сих пір не дали однозначних доказів його існування або напрямки можливого впливу. Не існує консенсусу щодо напрямку цього впливу, хоча останні дослідження, як правило, виявляють негативний зв'язок між загальним рівнем державних видатків та економічним зростанням. Це негативне співвідношення пояснюється викривленнями, які підвищують податкові надходження від економічної діяльності. Проте, існує декілька способів збільшення податкових надходжень, які, ймовірно, мають різні спотворення та, отже, можуть вплинути на економічне зростання по-різному. З. Мачова, І. Котлан досліджують взаємозалежність між макроекономічними показниками економічного зростання, оподаткування та бюджетних видатків. Для аналізу даних застосовано моделі VAR і GMM. Надано та описано авторський альтернативний індикатор оцінювання податкового навантаження – Світовий податковий індекс. Автори підтверджують гіпотезу про негативний вплив податків на економічне зростання, доводять, що країни з домінуванням прямих податків страждають від негативного впливу оподаткування більше, ніж країни з пріоритетом для непрямих податків. Доведено сприятливий вплив фактору бюджетних видатків на довготривале, стійке економічне зростання [1].

П. Зімсїк в огляді економічної перспективи при аналізі даних панелей країн ЄС, поставив за мету виявлення впливу різних податків і витрат на економічне зростання. Дослідження зосереджено на 20 обраних державах-членах ЄС. Показниками є зміна реального ВВП, склад і обсяг загальних державних витрат, податкові квоти окремих податків і загальний бюджетний баланс. Ці показники використовуються в рамках моделі ендогенного зростання разом з капіталом і наближенням людського капіталу. Як аналітичний інструмент використовується панельна регресія з фіксованими ефектами. Основними результатами є те, що збільшення квот за соціальними вкладками, майновим, виробничим і особистим прибутковим податкам негативно позначається на економічному зростанні [2].

Література:

1. Machová, Z., and I. Kotlán. Do taxes matter for long-run growth? Still an actual problem of fiscal policy, *Actual Problems of Economics*, 2014. – No. 7. – P 418-428.
2. Zimečík, P. Economic Growth and budget constraints: EU countries panel data analysis. *Review of Economic Perspectives; The Journal of Masaryk University*, 2016. – Vol. 16. – Issue 2. – P. 87–101.

ПРОБЛЕМИ МОНЕТИЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ
Курочкіна М.Ю., Новік І.О.
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Монетизація інновацій – це отримання фінансового прибутку, використовуючи інновації. Це один з найважливіших етапів інноваційного процесу. Тому що інновацій на ринку достатньо, але лише одиниці з них можуть ефективно функціонувати і приносити власникам гарний прибуток. Відсоток невдалих інновацій дуже великий. Прийнято вважати, що майже три з чотирьох товарів чи послуг не виправдовують очікуваного прибутку, або навіть можуть сприяти банкрутству свого власника.

Нові товари чи послуги можуть погано реалізовувати себе на ринку по різним об'єктивним причинам. Але можна виділити одну з найнебезпечніших проблем – це невміння проектувати товар, згідно до готовності людей платити за нього. В цьому випадку ціна являє собою певне мірило бажання клієнта і прагнення цей товар купити. Щоб запобігти невдачам, потрібно правильно робити алгоритм розробки товару. Дуже часто компанії або фірми спочатку проектують, створюють, а лише потім вивчають ринок і встановлюють конкретну ціну. А робити потрібно навпаки. Ми повинні спочатку дослідити ринок, з'ясувати цінність продукту для клієнта і скільки він готовий заплатити за нього, а потім, якщо цей проект буде вигідним, почати його розробку.

За останні тридцять років консалтингова фірма з ціноутворення та монетизації Simon-Kucher & Partners сформулювала чотири основні помилки монетизації.

1. Зайві функції: товар має велику кількість непотрібних функцій, які в свою чергу підвищують його вартість, але сам товар не відповідає бажанню клієнтів.

2. Занижена ціна: ціна не може сприяти максимальному прибутку.

3. Прихований скарб: потенційно дуже прибутковий проект, але неправильно реалізований на ринку.

4. Живі мерці: інновації, не потрібні клієнтам, але які продовжують існувати на ринку. [1, 34]

Отже, можна підсумувати, що основних проблем монетизації інновацій не дуже багато. Щоб запобігти невдачам, потрібно банально звертати увагу на ринок, в якому ви збираєтесь працювати, досконально вивчати і приймати до уваги побажання майбутніх клієнтів. Також правильно вибирати цінову політику. Тому що найчастіше важливо як встановлена ціна, ніж скільки вона становить. Важливо правильно сформулювати цінність продукту чи послуги так, щоб потенційний клієнт захотів заплатити за нього максимально можливу ціну.

Література:

1. Рамануджам М. Таке Г. / Монетизация инноваций. Как успешные компании создают продукт вокруг цены. - М.: Библос, 2016. - 256 с.

ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Кучинський В.А.

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

Людський капітал визнаний найціннішим ресурсом, набагато важливішим, ніж природні ресурси або накопичене багатство. Саме людський капітал, а не матеріальні засоби виробництва, є визначальним чинником конкурентоспроможності, економічного зростання та ефективності [1].

Ефективність управління в сучасних умовах розвитку підприємства висуває підвищені вимоги до технологій управління персоналом, що допоможе не тільки формувати, а також підвищити ефективність використання людського капіталу [2].

Ефективна виробнича поведінка сучасного працівника обумовлюється впливом на нього сукупності факторів. Сприйнятливість і чутливість до впливу факторів і розгляд мотиваційно-цінних впливів призводить до ефективної реалізації потенціалу працівника й досягнення цілей підприємства [3-6].

Ефективність і результативність управління персоналом, в багато чому визначаються застосуванням соціально-психологічних методів в управлінні персоналом. До основного соціально-психологічного методу, який використовуються в управлінні персоналом для підвищення ефективності трудових процесів, відносять управлінський вплив [7].

Література:

1. Васильченко В.С. Управління трудовим потенціалом: Навч. посіб. / В.С. Васильченко, А.М. Гриненко, О.А. Грیشнова, Л.П. Керб – К.: КНЕУ, 2005. – 403 с.
2. Кучинський В. А. Складові ефективного управління підприємством і його персоналом в умовах інноваційного розвитку / В. А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 121-124.
3. Гуцан О. М. Дослідження сутності мотиваційних теорій: сучасні, теорії атрибуції та поля / О. М. Гуцан // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 24 (1246). – С. 26-30.
4. Гуцан О.М. Експертно-аналітичний метод виділення ключових факторів мотивації / О.М. Гуцан // Наука й економіка. – Хмельницький : Хмельницький економічний університет, 2013. – Випуск № 3 (31). – С. 149-157.
5. Гуцан О. М. Розробка комплексного методичного підходу до оцінки факторів мотивації / О. М. Гуцан // Вісник Дніпропетровського університету. Серія : економіка. – Дніпропетровськ : Дніпр. нац. унів., 2014. – Том 22, № 10/1. – С. 169-176.
6. Pererva Petro Evaluating elasticity of costs for employee motivation at the industrial enterprises / Petro Pererva, Oleksandr Hutsan, Valerii Kobieliiev, Andrii Kosenko, Volodymyr Kuchynskiy // Problems and Perspectives in Management. – Volume 16. – Issue №1. – 2018. – pp. 124-132. Doi: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16\(1\).2018.12](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16(1).2018.12)
7. Кучинський В. А. Сучасні підходи до ефективного управління поведінкою персоналу для підвищення продуктивності праці / В. А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 46 (1267). – С. 166-169.

ОЦІНКА ТА ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Кучинський В.А., Глазкова О.В.

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

Важливою умовою успішної діяльності підприємства є ефективне управління його потенціалом і персоналом зокрема [1].

Досвід ефективного господарювання підтверджує винятково важливу роль кадрової складової потенціалу підприємства, від кількісної та якісної збалансованості та рівня використання якої значною мірою залежать не тільки високі кінцеві показники господарської діяльності, досягнуті конкурентні переваги у виробничій сфері, організації та управлінні, а й можливості забезпечення сталого та конкурентоспроможного розвитку підприємства [2].

Підвищення ефективності використання кадрового потенціалу підприємства та зростання продуктивності праці забезпечується: застосуванням інноваційних технологій в управлінні персоналом [3]; застосуванням соціально-психологічних методів в управлінні персоналом [4]; удосконаленням нормування праці, як основи проектування раціональних трудових процесів [5]; удосконаленням підходів до мотивації персоналу, як основи активізації працівників в трудовому процесі [6].

Оцінка кадрового потенціалу підприємства, повинна будуватися на основі економічних оцінок здібностей людей створювати певний дохід. Чим вищий індивідуальна продуктивність праці робітника і триваліший період його діяльності, тим більший він приносить дохід і представляє більшу цінність для підприємства [2].

Література:

1. Кучинський В. А. Складові ефективного управління підприємством і його персоналом в умовах інноваційного розвитку / В. А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 121-124.
2. Кучинський В. А. Визначення напрямків розвитку кадрового потенціалу підприємства / В. А. Кучинський, О. В. Мазенков, І. С. Локтіонова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2014. – № 33 (1076). – С. 148-154.
3. Кучинський В. А. Інноваційні технології в менеджменті персоналу і управлінні виробничими системами / В. А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 127-130.
4. Кучинський В. А. Сучасні підходи до ефективного управління поведінкою персоналу для підвищення продуктивності праці / В. А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 46 (1267). – С. 166-169.
5. Кучинський В.А. Розробка та застосування якісних нормативів праці як основа підвищення ефективності роботи підприємства / В.А. Кучинський, Д.Ю. Крамської // Бізнес інформ. – 2013. – №4. – С. 293-298.
6. Pererva Petro Evaluating elasticity of costs for employee motivation at the industrial enterprises / Petro Pererva, Oleksandr Hutsan, Valerii Kobieliev, Andrii Kosenko, Volodymyr Kuchynskyi // Problems and Perspectives in Management. – Volume 16. – Issue №1. – 2018. – pp. 124-132. Doi: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16\(1\).2018.12](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16(1).2018.12)

ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ НАПРЯМКІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Кучинський В.А., Сазонова В.Ю.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Адаптація підприємства до змін ринкових умов господарювання має досягатися шляхом формування механізмів, функціонування яких буде орієнтовано на своєчасне або навіть випереджувальне визначення потенційно ймовірних трансформацій господарського середовища, розробку та реалізацію заходів, спрямованих на здійснення відповідних перетворень внутрішнього середовища [1].

Кожне підприємство прагне до одержання максимально можливого прибутку. Найважливішими факторами збільшення прибутку підприємства, у традиційному представленні, є збільшення ефективності використання трудових і матеріальних ресурсів [2].

Основними напрямками підвищення ефективності діяльності підприємств є: активне впровадження інноваційних технологій в управлінні виробничими системами і менеджменті персоналу для підвищення ефективності функціонування і забезпечення конкурентоспроможності підприємств в сучасних умовах [3, 4]; використання стратегічного планування і бюджетування для управління підприємствами [5]; оптимізація функціонування виробничих систем і менеджменту персоналу за рахунок застосування логістичного підходу в управлінні [6].

Література:

1. Кучинський В. А. Складові ефективного управління підприємством і його персоналом в умовах інноваційного розвитку / В. А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 121-124.
2. Кучинський В. А. Сучасні підходи до ефективного управління поведінкою персоналу для підвищення продуктивності праці / В. А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 46 (1267). – С. 166-169.
3. Кучинський В. А. Інноваційні технології в менеджменті персоналу і управлінні виробничими системами / В. А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 127-130.
4. Pererva Petro Evaluating elasticity of costs for employee motivation at the industrial enterprises / Petro Pererva, Oleksandr Hutsan, Valerii Kobieliiev, Andrii Kosenko, Volodymyr Kuchynskyi // Problems and Perspectives in Management. – Volume 16. – Issue №1. – 2018. – pp. 124-132. Doi: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16\(1\).2018.12](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16(1).2018.12)
5. Кучинський В. А. Аналіз ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства та визначення шляхів її підвищення / В. А. Кучинський, І. І. Носик // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2014. – № 34 (1077). – С. 180-186.
6. Кучинський В. А. Ефективність організації систем ремонтно-технічного обслуговування обладнання машинобудівних підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 [Електронний ресурс] / Володимир Анатолійович Кучинський ; [наук. керівник Мехович С. А.] ; Харківський політехнічний ін-т, нац. техн. ун-т. – Харків, 2009. – 21 с. – Бібліогр. : с. 16-18. – укр.

МЕТОДИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

Кучіна С.Е.

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

У роботі розглянуто методи планування, які реалізуються як у бізнес-плануванні так і в системі внутрішньо фірмового планування в цілому.

Всі методики планування можна розділити на два блоки: аналітичний та розрахунковий. Аналітичний блок по своїй сутності це міні дослідження, мета якого - довести, що на ринку чи у галузі є можливості для реалізації бізнесу, що пропонується. Розрахунковий блок сприяє реалізації основних функцій бізнесу за допомогою застосування відповідних стратегій. Задачі розрахункового блоку вирішуються за допомогою групи методів бізнес-планування, які є конкретними засобами та прийомами планових розрахунків, доведеними до рівня конкретних показників[3].

До методів, які реалізують аналітичні дослідження у бізнес-плануванні відносяться методи стратегічного планування, маркетингового та фінансового аналізу. Вони мають різноманітну ступінь формалізації, часто реалізуються з використанням шаблонів - таблиць чи програмного забезпечення. До основних методів та підходів за допомогою яких реалізуються аналітичні дослідження у бізнес плануванні слід віднести: для характеристики макросередовища[1-3] – STEP/PEST-аналіз, QUEST-аналіз, ЕТОМ-аналіз, метод складання профілю середи; для аналізу ринку – модель Ейбела, метод Дж.Харрінгтона, модель G; для оцінки галузі – структурний аналіз, схема Р.Гранта, профіль привабливості галузі; для аналізу конкурентів – матриця конкурентної переваги, «профіль конкурента» Х.Маккея, модель п'яти сил конкуренції М. Портера; для аналізу можливостей реалізації проекту та ризику – SWOT-аналіз, SPASE-аналіз, аналіз «поля сил»

Методи розрахункового характеру реалізують поточні функції бізнесу та забезпечують задоволення виявлених потреб потенційних споживачів. Цілі для ключових сфер планування бізнесу в їх кількісному вираженні задаються показниками результативності, які характеризують процеси в діяльності окремих функціональних підрозділів організації [2]. Показники результативності працюють на досягнення загального результату діяльності підприємства: прибутку, рентабельності власного капіталу, росту вартості компанії. До методів планування розрахункового характеру можна віднести: нормативний метод, балансовий метод, розрахунково-аналітичний метод, економіко-математичні методи, методи аналізу ризиків та ефективності бізнес-проектів, методи оперативного контролю за виконанням запланованих заходів.

Література:

1. Kuchina S. O., Kitchenko O. M. The Analysis of Common Mistakes in Preparing a Business Plan // Business Inform. –2016. – №12. – С. 260–265.
2. Кучіна С.Е. Бізнес-план підприємства: необхідність впровадження / С.Е.Кучіна, Р.В. Дмитренко // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». – Харків: НТУ «ХПІ», 2013. –№22(995).– С.96–99.
3. Бизнес-планирование : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.В.Купцова ; под ред. А.А. Степанова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 435с.

МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

Кучіна С.Е.

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

У роботі розглянуто основні міжнародні стандарти бізнес-планування та умови їх вибору у якості «помічника» для складання бізнес-плану.

Основними міжнародними стандартами бізнес-планування, які отримали визнання в Україні, є стандарти, розроблені [3]:

- Європейським союзом (ЄС) - проект TACIS - Технічна допомога Співдружності Незалежних Держав;
- Європейським банком реконструкції та розвитку (ЄБРР);
- Організацією по промисловому розвитку та міжнародної співпраці ООН - UNIDO;
- Швейцарською консалтинговою асоціацією KPMG;
- Міжнародною фінансовою корпорацією (ФМК) - структурою Світового валютного фонду;
- Світовим банком реконструкції та розвитку (МБРР) - структурою Світового банку.

Стандарти схожі за своєю структурою, бо в основі всіх методик знаходяться два блоки - аналітичний та розрахунковий. Аналітичний блок представлений описом проекту, бізнесу та елементами маркетингового аналізу. Розрахунковий блок містить план маркетингу, план виробництва та фінансовий план.

Відрізняються методики послідовністю розділів, глибиною розкриття інформації, підходом до аналізу та оцінки ризиків[1-5].

Вибір того чи іншого стандарту у якості «помічника» для складання інвестиційного бізнес-плану визначається[1-5]:

- Метою його розробника, тобто чого ви бажаєте досягнути при його реалізації;
- Спрямованістю бізнес-плану - визначення потрібен у кредиторі або інвесторі;
- Потребами потенційного інвестора до змістовної частини бізнес-плану з урахуванням актуальності для нього теми, що пропонується;
- Наявності досвіду у розробника по підготовці бізнес-плану.

Міжнародні стандарти бізнес-планування прийняті досвідченими інвесторами, іноземними та українськими, як перевірені та надійні.

Література:

1. Kuchina S.O., Kitchenko O.M. The Analysis of Common Mistakes in Preparing a Business Plan // Business Inform. – 2016. – №12. – С. 260–265.
2. Кучіна С.Е. Бізнес-план підприємства: необхідність впровадження / С.Е.Кучіна, Р.В. Дмитренко // Вісник НТУ «ХПІ». – Харків: НТУ «ХПІ», 2013. –№22(995).– С.96–99.
3. Бизнес-планирование : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.В.Купцова ; под ред. А.А. Степанова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 435с.
4. Кучіна С.Е. План виробництва як розділ у структурі бізнес-плану // Труды XXV міжнародної науково-практичної конференції Інформаційні технології:Наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я (MicroCAD-2018), 16-18 травня 2018р.: у 4 ч. Ч. III. / за ред. проф. Сокола Є.І. – Харків: НТУ «ХПІ». С. 177.

**ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА: ВИДИ ТА
ІНФОРМАЦІЙНА БАЗА ОЦІНКИ**
Кушнар'ов К.С. Шовкопляс Т.С., Побережна Н.М.
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Аналіз літературних джерел [1-4] свідчить, що основоположними поняттями фінансових результатів як економічної, так і бухгалтерської категорії є прибуток (збиток). Формування фінансових результатів у вигляді прибутку (збитку) суб'єктів господарювання, відповідно НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», здійснюється в декілька етапів з огляду на необхідність розрахунку різних видів прибутку, що передують визначенню загального прибутку, а саме:

- прибутку від продажу продукції (робіт, послуг), тобто валового прибутку;
- прибутку від операційної діяльності (операційного прибутку);
- прибутку до оподаткування;
- прибутку після оподаткування; чистого прибутку.

Лише після визначення цих видів прибутку уможлиблюється розрахунок загального прибутку підприємства та його чистої величини. Саме за цими видами прибутку у суб'єктів господарювання є реальна можливість проводити порівняльну оцінку рівня прибутковості за окремими напрямками діяльності та визначати стратегічні напрями розвитку підприємств та окремих видів його потенціалів. Комплексну оцінку фінансового стану, прибутковості та рентабельності підприємства можливо проводити з використанням форм фінансової звітності, а саме: Балансу (Звіту про фінансовий стан підприємства), Звіту про фінансові результати діяльності (Звіту про сукупний дохід) та Приміток до фінансової звітності).

Література:

1. Побережний Р.О. Методологічні аспекти сучасних підходів до сутності розвитку підприємства в умовах мінливого зовнішнього середовища / Р.О. Побережний, Н.М. Побережна // Соціально-економічний розвиток України: проблеми та перспективи : кол. монографія / ред. О.В. Манойленко. – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – Розд. 5. – С. 229-242.

2. Шовкопляс Т. С. Державний фінансовий контроль за сплатою податку на прибуток, як інструмент ефективного його адміністрування / Т.С. Шовкопляс // Вісник Національного технічного університету "ХПІ" (економічні науки) = Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 48 (1324). – С. 42-45.

3. Підприємництво: інноваційна діяльність, маркетинг, логістичні процеси, облік та оподаткування : підручник / Р. Фортмюллер [та ін.]; ред. О.І. Савченко; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : Планета-принт, 2016. – 600 с. – (Серія дидактичних матеріалів з підприємницької освіти в закладах вищої освіти України "Підприємницька освіта як ключ до успіху").

4. Побережна Н.М. Оцінювання ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівних підприємств та визначення стратегічних напрямів його розвитку / Н. М. Побережна // Бізнес Інформ. - 2012. - № 9. - С. 214-220.

МОВА ПРОГРАМУВАННЯ EXPRESS, ЯК ПРАКТИЧНА ОСНОВА РЕАЛІЗАЦІЇ CALS-ТЕХНОЛОГІЙ

Лаврук А.Р.

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

З кожним роком конкуренція випуску інноваційної продукції збільшується. Однією із конкурентних переваг є інформаційна підтримка продукту протягом його життєвого циклу. Саме з цією метою була створена система CALS-технологій (Continuous Acquisition and Life cycle Support). Базовими стандартами, які вона використовує CALS-технології є стандарти STEP (англ. Standard for Exchange of Product model data, що в перекладі означає – стандарт обміну даними моделі продукції). Одним з них є ISO 10303-11 : 2004 (Системи промислової автоматизації і інтеграція. Уявлення даних про продукцію і обмін даними. Частина 11. Методи опису. Довідкове керівництво по мові EXPRESS.) EXPRESS – це мова, розроблена спеціально для представлення даних що до продукту через схеми та обмеження. Основні цілі EXPRESS мови:

- мова має бути нейтральною по відношенню до реалізації або контексту, але міг підтримувати специфікацію певних варіантів представлення моделі;
- щоб мову була доступна для людей;
- мова повинна полегшити розділення "різноманітних матеріалів, що розглядаються в ISO 10303";
- акцент робиться на визначенні сутностей (об'єктів інтересу), які мають властивості і обмеження.

Фізична форма схеми моделі EXPRESS є простим текстовим файлом. Елементи мови формуються у вигляді потоку тексту, зазвичай розбитого на фізичні рядки. Фізичний рядок – це будь-яка кількість (включаючи нуль) символів, що закінчується новим рядком. Набір символів, дозволений в схемах EXPRESS, обмежений наступними символами з ISO / IEC 10646 (Unicode) : графічні символи, що лежать в діапазоні від 20 до 7e (Basic Latin або ASCII).

Функція документу на мові EXPRESS полягає в тому, щоб бути формальною специфікацією для набору інформаційних вимог (модель даних), відносно яких інша інформаційна структура може оцінюватися на відповідність. Передбачувана сфера застосування – представлення інформації про виробництво продукції з метою обміну між комп'ютерними системами.

References

1. Стандарти обмена данными & STEP, EXPRESS и EXPRESS-G Access mood: <https://www.slideshare.net/metalalp/data-exchange-standards-step-express-expressg-presentation-886142>.
2. Скворчевський О. Є. Аналіз зарубіжного досвіду побудови CALS-технологій для управління життєвим циклом озброєння та військової техніки / О. Є. Скворчевський // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 48 (1220). – С. 75-80. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/29399>
3. Скворчевський О. Є. Організація систем управління баз даних в логістичній підтримці життєвого циклу озброєння та військової техніки / О. Є. Скворчевський // Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами : матеріали 3-ї Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 7 грудня 2018 р. – Луцьк : РВВ Луцького НТУ, 2018. – Ч. 2. – С. 239-243. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/39152>

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Лакус А.Ю., Міщенко В.А.

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

Успішність промислових підприємств залежить від науково обґрунтованого управління маркетинговою комунікаційною діяльністю з метою підтримки довготривалих партнерських відносин, донесення до потенційних споживачів інформації про можливості товаровиробника, якісні переваги його продукції над конкурентами тощо. Використання маркетингових комунікацій лише як інструменту для збуту продукції, що виробляється, застаріле, одностороннє й надто звужене. Роль та потреба інтегрування маркетингових комунікацій зростають, з одного боку, в умовах висококонкурентних ринків, а з іншого - з огляду на кризові явища української економіки, що вимагає пошуку нових форм просування продукції. Ретельне планування комплексу маркетингових комунікацій дозволяє досягти визначених підприємством цілей та втримати стійкі позиції на ринку.

Підсумовуючи останні дослідження науковців можна виділити наступні загальні позиції інтегрованих маркетингових комунікацій: узгодження інструментів маркетингових комунікацій, наявність комунікаційної ідеї (єдиного повідомлення), яка об'єднує інструментарій комплексу просування, необхідність у максимізації ефективності комунікаційної діяльності, спрямування дії маркетингових комунікацій на цільову аудиторію, вирішення задач підприємства за допомогою інструментів маркетингових комунікацій.

На нашу думку, у поданих визначеннях інтегрованих маркетингових комунікацій є певні прогалини, які потребують висвітлення. Так, наприклад, не враховано еволюцію маркетингових комунікацій під час поєднання різних інструментів та появу в результаті новітніх інструментів просування та видів маркетингу. Ці інструменти та види поєднують у собі ознаки тих маркетингових комунікацій, під час інтеграції яких вони виникли (основні та синтетичні комунікації), та за умови їх одночасного використання являють собою новітній етап розвитку концепції інтегрованих маркетингових комунікацій. Також необхідно акцентувати на єдності мети для всіх інструментів маркетингових комунікацій, що застосовуються підприємством, виробленні комплексу маркетингових комунікацій для досягнення поставленої мети та, як наслідок, досягненні синергічного ефекту від інтегрування інструментів просування.

З огляду на викладені вище позиції визначення інтегрованих маркетингових комунікацій потребує вдосконалення у бік новітнього підходу використання інструментів просування.

ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВИ ЙОГО РИНКОВОЇ СТАЛОСТІ

Лапін С.В., Лучна Є.О.

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

В даний час в умовах фінансової та політичної нестабільності факторів зовнішнього середовища розробка ефективної маркетингової стратегії має велику значимість. Актуальність обраної теми дослідження обумовлена тим, що своєчасна розробка, практичне впровадження та реалізація певної маркетингової стратегії є найважливішим принципом ефективного функціонування організації та набуття нею конкурентних переваг на ринку.

Метою дослідження стало теоретичне обґрунтування маркетингової стратегії підприємства в умовах конкурентного ринку.

У процесі дослідження використовувалися такі методи як метод систематизації, аналітичний та порівняльний методи.

Маркетингова стратегія являє собою процедуру аналізу потенціалу компанії і об'єктивну можливість на ринку, вибір системи цілей організації, розробку планів, орієнтованих на зниження ризику з метою ринкової сталості та конкурентоспроможності.

Маркетингова стратегія є однією з головних складових загальної стратегії організації, розвитку підприємства, його перспектив, а іноді і існування. Зміст маркетингової стратегії включає в себе чітко сформульоване поточне і майбутнє позиціонування організації, її сукупність дій, яка дозволить максимально ефективно і в оптимальні терміни реалізувати маркетингові цілі.

В основу стратегії, спрямованої на досягнення поставлених цілей, закладено *вибір цільового сегменту ринку* (групи споживачів, організацій, їх аналіз, основні характеристики, очікування споживачів, місце і час вчинення покупок і використання товару) або *відмітна конкурентна перевага* (аналіз конкурентів і їх стратегій). Ці два елементи складають стратегію позиціонування фірми або торгової марки.

Створення маркетингової стратегії ґрунтується на таких факторах як:

- тенденції розвитку попиту і зовнішнього маркетингового середовища;
- актуальний стан і особливості конкурентної боротьби на ринку, основні фірми-конкуренти і стратегічний напрям їх діяльності;
- управлінські ресурси і можливості фірми, її сильні сторони в умовах конкуренції;
- основна концепція формування і перспективи організації, її глобальні цілі і бізнес-завдання в основних стратегічних зонах.

На таких засадах практична реалізація маркетингової стратегії підприємства є запорукою його ринкової сталості, ефективної адаптації до мінливих умов зовнішнього середовища та формування внутрішнього потенціалу. Добре спланована, чітка маркетингова стратегія є також запорукою до розуміння співробітниками підприємства шляхів його подальшого розвитку, процвітання і ефективного функціонування на ринку.

УДОСКОНАЛЕННЯ АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ларіна Т.І.

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

В роботі розглянуті питання удосконалення аналітичного забезпечення управління оборотним капіталом промислових підприємств. Обґрунтовано, що станом на сьогоднішній день актуальним є вирішення питання пристосування аналітичної складової процесу прийняття управлінських рішень на підприємствах до вимог оптимізації оперативності та достовірності надання інформації для потреб менеджменту. Це дозволить підвищити результативність управління об'єктами та ефективності діяльності суб'єктів господарювання в цілому. Єршова Н. акцентує увагу, що одним із основних негативних факторів, характерних практично для всіх промислових підприємств, є нестача власних оборотних коштів, що є причиною зайвого обсягу оборотного капіталу в неліквідній формі [1, с. 69]. І хоча загальна забезпеченість підприємств всіх галузей промисловості власними оборотними коштами останні роки має позитивну динаміку, вона не достатня. Т.В. Мордвінцева, К.С. Чала зазначають фактори, які визначають загальну потребу в оборотному капіталі: розмір грошових надходжень, витрат на різні види діяльності, часовий розрив між витратами та надходженнями, ефективність управління дебіторською та кредиторською заборгованістю тощо. У дослідженні підкреслюється, що удосконалення аналітичного забезпечення управління оборотним капіталом промислових підприємств полягає в розробці оціночних індикаторів цільової спрямованості і визначенні їх інформаційного наповнення. Оціночні індикатори цільової спрямованості – це максимально можливий кількісний і якісний результат процесу управління оборотним капіталом. На їх основі будується стратегія управління оборотним капіталом промислового підприємства, оцінюється результативність та ефективність управління. Наявність стратегії управління оборотним капіталом систематизує формування оборотного капіталу за рахунок власних ресурсів і позикових коштів у розмірах, що забезпечують нормальний фінансовий стан підприємства. Розробка оціночних індикаторів результативності та ефективності пропонується на основі збалансованої системи показників.

Література:

1. Єршова Н.Ю. Оцінка стану підприємств промисловості на основі статистичного аналізу. Вісник Харківського національного університету. 2008. № 802. С.68–71.
2. Мордвінцева Т.В., Чала К.С. Підвищення ефективності використання оборотних активів за рахунок введення процедур інвентаризації виробничих запасів. Сталий розвиток економіки. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. 2011. №1. С.219–222.
3. Шурпенкова Р.К., Іваньчук О.Й. Сутність та основи організації аналізу оборотних коштів. Вісник Запорізького національного університету. 2010. №3(7). С.150–154.

ПІДВИЩЕННЯ ПЛАТИ ЗА КОНТРАКТНЕ НАВЧАННЯ: ЗА І ПРОТИ

Ларка М.І., Сударкіна С.П., Феррара А.М.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Останнім часом в вищих навчальних закладах країни досить жваво обговорюється не зовсім однозначний проект наказу МОН "Про деякі питання застосування індикативної собівартості" та зі значною пересторогою очікують його прийняття. Чим визвана така ситуація? Мета МОН ясна і однозначна. З точки зору формальної логіки вартість навчання одного бюджетного студента і студента-контрактника мають бути однаковими, а тому їх треба зрівняти. Однак основною метою підготовки цього наказу, в умовах значного недофінансування закладів вищої освіти, – це спроба поліпшити фінансовий стан вишів за рахунок не бюджетних коштів, а саме контрактних студентів і їх батьків. Які наслідки може мати прийняття цього наказу. По-перше, підвищення плати за контрактне навчання зовсім не обов'язково призведе до збільшення сум, які будуть отримувати ВНЗи від контрактного навчання. Низька платоспроможність населення може призвести до того, що частина потенційних студентів-контрактників просто не зможе виплачувати такі суми і просто відмовиться від можливості отримати вищу освіту. Тим більше, що престижність вищої освіти в останні роки, на жаль, значно зменшилася. По-друге, підвищення плати призведе до значного перерозподілу контрактників на користь більш відомих, як правило, столичних вищих навчальних закладів, а це призведе до погіршення фінансового стану багатьох провінційних ВУЗів і поставить їх на межу виживання. А для значної частини коледжів і технікумів – це буде просто катастрофа.

В освіті, а тим більше в вищій освіті, не можна приймати не до кінця виважених і економічно не обгрунтованих рішень. Тому що результати таких рішень проявлять себе і стануть відомими лише через кілька років, коли їх уже не можна буде швидко виправити.

Виходячи з наведених вище міркувань, щоб заплановане підвищення плати за контрактну форму навчання, принесло користь, а не стало черговим провалом необхідно до прийняття цього наказу, на нашу думку, виконати наступні умови:

– провести надзвичайно ретельний моніторинг того, чи готові будуть контрактники і їх батьки платити такі незвично високі ціни за контрактне навчання;

– провести моніторинг відношення вищих навчальних до запланованого нововведення;

– детально проаналізувати можливі зміни в пріоритетах вибору вишів контрактниками і як це вплине на фінансовий стан окремих ВНЗів і, в першу чергу, провінційних;

– провести пробні експерименти в окремих вищих навчальних закладах, спеціальностях тощо .

Література:

1. <https://www.znu.edu.ua/.../index.php?...navchannya>.

РОЗПОДІЛЕННЯ НЕПРЯМИХ ВИТРАТ НА СОБІВАРТІСТЬ РІЗНИХ ВИДІВ ПРОДУКЦІЇ

Ларка М.І., Феррара А.М., Ларка А.В.
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Найбільш складною задачею при калькулюванні собівартості продукції є розподілення непрямих витрат між окремими видами продукції чи послуг. Зазвичай при вирішенні цієї задачі найчастіше використовуються три підходи, а саме: метод експертного оцінювання; метод базових показників; метод ABC.

Метод експертного оцінювання застосовується традиційно у виробництвах з високою долею прямих витрат і невисоким рівнем автоматизації. Сутність його полягає у тому, що непрямі витрати прив'язуються до рівня прямих, які добре піддаються розрахунку – матеріальних, трудових або прямих в цілому. Прив'язка здійснюється практично експертно, при цьому за базу приймаються у більшості випадків трудові витрати у вигляді основної заробітної плати основних виробничих робітників. Таким чином вся сума непрямих витрат розподіляється за видами продукції пропорційно основній зарплаті основних виробничих робітників або іншому обраному базовому показнику.

Метод базових показників, диференційованих по окремих цехах і структурних підрозділах виробництва, зручний у багатомоноклатурних виробництвах, коли випускається велика гамма різних виробів. Сутність його полягає у встановленні нормативів непрямих витрат на кожен вид продукції. Такі нормативи залишаються незмінними протягом тривалого періоду (зазвичай впродовж поточного року).

Метод ABC (Activity Based Costing) – це прогресивний і дієвий з точки зору управління витратами метод. В даний час він перетворився на добре структуровану систему управління витратами, яка вимагає повного і упорядкованого обліку по всьому виробничому циклу. Суть методу ABC полягає в тому, що накладні витрати розподіляються на постійні та змінні і по можливості приписуються до конкретного продукту по мірі їх фактичної появи у процесі виробництва. Взагалі ж треба відмітити складність його впровадження із-за високої трудомісткості, необхідності великої кількості різної інформації щодо організації виробничого процесу на всіх ділянках підприємства, проведення її якісного аналізу і великої організаційної підготовчої роботи на всіх ланках підприємства та високої вартості проектування.

Співставлення розподілення непрямих витрат різними методами, дозволяє зробити деякі важливі висновки: по-перше, при різних рівнях деталізації розподілення непрямих витрат і баз розрахунків можуть бути отримані різні не тільки кількісно, а й якісно результати; по-друге, чим вищою є доля непрямих витрат в собівартості продукції, тим більше значення має структуризація самих непрямих витрат та вибір адекватної бази розрахунків; по-третє, не існує ідеальної бази розподілення непрямих витрат, але можна обрати більш-менш адекватну базу для кожного конкретного випадку.

ВНУТРІШНІ ЕКОНОМІЧНІ СУБ'ЄКТИ ЯК ОСНОВНЕ ДЖЕРЕЛО ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ДЕРЖАВИ

Лащик І.І., Віблій П.І., Гурин К.М.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Для України, яка поставила перед собою завдання економічного підйому, важливу роль відіграє питання залучення інвестицій. Держава має змогу отримати додаткові ресурси двома шляхами: іноземні інвестиції, або внутрішні.

Наразі уряд проводить активну політику залучення іноземних інвестицій. За останні п'ять років Україна просунулась вгору на 41 позицію і у 2019 році посіла 71 місце серед 190 країн у рейтингу Doing Business, який укладає Світовий банк. Це на п'ять позицій вище, ніж минулого року. Незважаючи на це, динаміка прямих інвестицій в Україну має чітку тенденцію до спаду.

Така ситуація пояснюється рядом несприятливих чинників, які заважають покращенню інвестиційної привабливості країни. До них відносяться: високий рівень корупції, недостатньо прозоре законодавство, недовіра до судової влади, нестабільність національної валюти, складне податкове адміністрування, пожвавлення трудової міграції з країни, монополізація ринків та військовий конфлікт з Росією.

Відповідно до статистичних показників, левову частину капітальних інвестиційних ресурсів України (69% у 2017 році) становлять власні кошти підприємств та організацій, які можуть вкласти їх у свій розвиток (витрати на капітальне будівництво, придбання основних засобів, придбання чи виготовлення інших необоротних матеріальних активів, придбання чи виготовлення нематеріальних активів) – політика зростання. Крім того підприємства можуть інвестувати вільні кошти у придбання акцій, облігацій, депозитних сертифікатів з метою отримання доходів у вигляді процентів, дивідендів – політика доходів.

Сукупні заощадження для економіки країни є джерелом інвестування її розвитку та впливають на темпи цього розвитку. Країни, що найбільш динамічно розвиваються, мають, як правило, високу норму заощаджень. Проте не всі заощадження мають позитивний вплив на економіку. Умовно заощадження домогосподарств поділяють на: організовані, до яких входять кошти населення розміщені на рахунках в комерційних банках, вкладені в акції, облігації та інші фінансові інструменти; неорганізовані – заощадження у вигляді готівки на руках у населення. [1]

Отже, у формі домогосподарств та підприємств держава втрачає значний та дуже необхідний інвестиційний ресурс з високим потенціалом розвитку, адже кожне підприємство, організація чи громадянин окремо зацікавлені у підвищенні свого рівня добробуту, а держава, як єдиний керуючий механізм, повинна надавати для цього можливості і таким чином стимулювати загальний розвиток.

Література:

1. Циток Р. П. Заощадження домогосподарств як незалучений інвестиційний ресурс / Р.П. Циток. // Економічна наука. – 2018. – №12. – С. 74–80.

АНАЛІЗУВАННЯ СТАНУ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Лащик І.І., Віблій П.І., Котурбаш І.О.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

У сучасних умовах інвестиції є одним із найважливіх засобів забезпечення необхідних умов для виходу з тривалої економічної кризи. Вони відіграють значну роль у формуванні економічного зростання та здійсненні позитивних ринкових перетворень. Саме тому великого значення набуває налагодження стабільного інвестиційного процесу в країні.

Згідно з даними Міністерства фінансів України обсяги надходження прямих іноземних інвестицій в економіку України за останні сім років значно коливалися без жодної закономірності чи систематичності. Пік вкладень іноземних інвестицій в Україну відбувся у 2012 році, коли вливання в економіку склали більш ніж 8401 млн. дол. США. Розмір інвестицій в Україну протягом останніх чотирьох років ще не наблизився до цієї позначки. На кінець 2013 року обсяг прямих іноземних інвестицій становив 4499 млн. дол. США, що на 46,4% менше у порівнянні із даними 2012 року. У 2014 році обсяг прямих іноземних інвестицій досягнув мінімального значення за весь аналізований період і становив 410 млн. дол. США, зумовлений такий різкий вплив інвестицій в даний період був нестабільною політичною ситуацією. Однак уже наступного року обсяг інвестицій склав 2961 млн. дол. США – у шість разів більше, порівняно із попереднім періодом. Також зріс обсяг припливу іноземних інвестицій у 2016 році до 3284 млн. дол. США, тобто на 10,9%. З наступного року відбулося падіння на 32,9% до 2202 млн. дол. США, негативна тенденція продовжилася і у наступному періоді. За перші півроку 2018-го приплив іноземних інвестицій в Україну склав тільки 1526 млн. дол. США.[1,2]

Отже, стан інвестиційного клімату України залишається ризикованим. Тому для покращення загальної інвестиційної привабливості країни варто звернути увагу на такі заходи: 1) зниження податкового навантаження та забезпечення стабільності політичного середовища; 2) боротьба і викорінення корупції на всіх ланках влади, а також забезпечення прозорості процедур прийняття рішень центральними та місцевими органами виконавчої влади; 3) боротьба з інфляцією, згладжування циклічних коливань економіки, зниження рівня безробіття; 4) забезпечення ефективного функціонування правової сфери, вдосконалення законодавства; 5) оновлення судової системи, необхідність довіри до судів, авторитет суду та суддів не повинен ставитись під сумнів; 6) впровадження економічного механізму страхування ризиків іноземного інвестування.

Література:

1. Обсяги прямих іноземних інвестицій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/2018>
2. Рейтинг інвестиційної привабливості країн BDO “International Business Compass 2018” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bdo.ua>

ПРОБЛЕМИ ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ

Лащик І.І., Віблій П.І., Нестеренко М.О.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

В сучасному світі сфера бізнесу є дуже розвиненою. Зокрема, в Україні досить поширеним явищем прямі інвестиції в країну і навпаки. Для іноземних інвесторів Україна є привабливою для інвестування, через вигідне географічне розміщення; перспективний ринок; висока спеціалізація робочої сили та її відносна дешевизна вартість; плаваючий, не стабільний курс національної валюти; можливість вивезення прибутку.

Зацікавленість інвесторів викликають лише проекти, що розраховані на короткострокову перспективу, з принесенням прибутків найшвидшим часом (харчова промисловість, внутрішня торгівля), а також на стратегічне освоєння ринків машинобудування і хімічної промисловості.

Для вирішення проблем з іноземним залученням інвестицій в Україну, здійснювати заходи потрібно, беручи до уваги принципи стабільності державних законодавчих актів щодо умов іноземного інвестування, роздільного підходу до податкових та інших пільг для іноземних інвесторів – з урахуванням масштабів і форм інвестування, а також аспектів у розвитку економіки України, також принципи надійності, відкритості та оперативності організаційного та інформаційного забезпечення залучання іноземних інвестицій.

Для спонукання притоку іноземних інвестицій в Україну і вирішення їх проблематики, необхідно утворити стабільне законодавство з державними гарантіями протекції місцевих та закордонних інвестицій, сприятливий інноваційний клімат для втілення першочергових державних програм та інвестиційних проектів у бізнесі, допомагати залученню прямого продуктивного іноземного капіталу в матеріальне виробництво та встановлення державного контролю за його використанням.

Також особливу увагу слід приділити створенню сприятливих умов для розвитку спільного підприємства. Існує китайська схема СП, а це означає, що з самого початку українська сторона володіє контрольним пакетом акцій на підприємстві, через деякий час, тобто через 5-7 років частка збільшується до 75% акцій, а через 10-12 років СП повністю переходить у володіння до української сторони. Потрібна розробка, утвердження законодавчої бази для страхування ризиків СП, ну і звісно, розмежування частки в СП українських та іноземних партнерів відносно валюти, та контролю за рухом української частини валюти, з метою запобігання вивезення її за межі країни, також не менш важливим є заборона на ввіз застарілої продукції та технологій, які в розвиненіших країнах вважаються вичерпаними.

Література:

1. Тенденції іноземного інвестування в країну. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/5642168/page:2/>
2. Прямі іноземні інвестиції. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/2018>

МІЖНАРОДНІ ВАЛЮТНІ ВІДНОСИНИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Ленко І.В., Александрова В.О.

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

За останні декілька років відбулося значне зниження стабільної працездатності міжнародних валютних відносин, що характеризуються структурними і загальнонаціональними коливаннями. Інтеграція України в міжнародне середовище фінансових ринків капіталу зобов'язує її всебічно розглянути механізми дії валютних відносин, зокрема, на ринках цінних паперів, золота та нафти. Дотримання даної стратегії сприятиме зміцненню позицій України на світовому фінансовому ринку.

Зміна порядків формування та затвердження нових валютних відносин у світовій практиці має значний вплив на економіку України. Валютна голка, на якій і так сидить Україна ще з часів незалежності, отримуючи кредити МВФ, посилилася після запровадження безвізового режиму з країнами ЄС в 2017 році. Більшість національних виробників переорієнтувалися на експортні операції, що в свою чергу, спричинило збільшення ціни для внутрішніх споживачів і одночасно створило умови для підвищеного попиту на валюту європейської зони – євро.

Дана комбінація подій створила, як позитивний ефект – створення нових робочих місць внаслідок підвищеного попиту на продукцію у зв'язку з відкриттям нових ринків збуту, так і негативний ефект – масштабне виведення валюти з країни для забезпечення безперебійного фінансування експортних операцій.

Оскільки існує тенденція до стійкого співробітництва з країнами європейського союзу, Україна стала вразлива до всіх фундаментальних змін всередині ЄС. Одним з них став вихід Великобританії зі складу ЄС. Дана зміна обвалила курс євро на кілька пунктів, що в свою чергу зменшило валютну виручку експортерів, тим самим зменшивши обсяги виробництва українських експортерів і збільшивши рівень фрикційного безробіття в Україні. Ця ситуація показує, як зміна у валютному стані нашого головного макроекономічного партнера значною мірою впливає на економіку України.

Підбиваючи підсумки, можна відзначити, що економіка України здебільшого залежна від економічної та політичної ситуації в Європі. Будь-яка валютне зміна всередині європейської фінансової зони нерозривно корелює з валютними змінами в Україні. Шляхом вирішення даної ситуації будуть злагоджені дії НБУ та Міністерства фінансів, спрямовані на стабілізацію національної валюти, а також перегляд кредитної політики МВФ щодо України в бік меншої залежності та більшої автономності на міжнародних фінансових ринках.

ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ РИНКУ ПРАЦІ

Лещенко О.В., Пашуль А.В.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, м. Харків

Сучасні новітні технології дозволяють значно спростити та навіть автоматизувати деякі процеси під час виробництва. Одною з таких технологій є штучний інтелект, який вже сьогодні починає замінювати людський інтелект у виконанні завдань, що потребують таких здібностей як розум, вміння розуміти сенс, узагальнювати й вчитися на досвіді. Міжнародні компанії в усьому світі все частіше звертаються до використання штучного інтелекту для створення нових джерел отримання комерційного прибутку та його максимізації. Це кардинально змінює кон'юнктуру ринку праці, оскільки, підвищуючи ефективність ринку, штучний інтелект поступово отримує повний контроль над соціально-економічними відносинами.

Дослідження Світового банку показали, що автоматизація загрожує 69% працівників ринку праці в Індії та 77% в Китаї [2]. Автоматизація спричинить кардинальні зміни в класифікації працівників. В результаті опитування, що було проведене MIT Sloan Management Review і The Boston Consulting Group, 47% працівників вважають, що попит на їх робочу силу скоротиться через штучний інтелект протягом наступних п'яти років [1].

Сучасні зміни на ринку праці можна порівняти із змінами, які проходили при переході економік в індустріальний стан. П'ятдесят років тому три чверті робітників у Китаї були зайняті в сільському господарстві, але з появою нових технологій, сільське господарство зараз налічує близько чверті зайнятості. Робоча сила перейшла працювати в індустріальний сектор та сферу послуг.

Таким чином, штучний інтелект матиме сприятливу роль для людства – надання можливостей людям працювати краще у вирішенні складних та критичних ситуацій, які вимагають розмірковувань та творчого мислення. Після первинних зрушень на ринку праці через технологічне безробіття, революція штучного інтелекту призведе до нової епохи процвітання. Ми вважаємо, що в результаті автоматизації виникнуть позитивні структурні зміни на ринку праці. Працівники виконуватимуть різнопрофільні високооплачувані завдання, які будуть підтримуватися новими технологіями. Завдяки новим технологіям з'являться робочі місця, які сьогодні складно навіть передбачити. В цілому, впровадження штучного інтелекту матиме позитивний вплив на всі аспекти життя суспільства. Людям більше не доведеться виконувати брудну та рутинну роботу. Робоча сила та основні моделі зайнятості перейдуть від повних робочих днів до гнучких, вибіркових пропозицій преміум-послуг.

Література:

1. Artificial Intelligence in Business Gets Real / Sam Ransbotham, Philipp Gerbert, Martin Reeves, David Kiron, Michael Spira – MIT Sloan Management Review and The Boston Consulting Group [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://sloanreview.mit.edu/projects/artificial-intelligence-inbusiness-gets-real/>
2. The Future of Jobs Report 2018: звіт / World Economic Forum [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://reports.weforum.org/future-of-jobs-2018/>

БАР'ЄРИ ЗАЙНЯТОСТІ ОСІБ З ОБМЕЖЕНИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Лебедєва Д.О.

Кременчуцький льотний коледж НАУ, м. Кременчук

В Україні станом на сьогодні налічувалось близько 2,65 млн. осіб з обмеженими можливостями (ООМ), якщо порівняти кількість ООМ із загальною кількістю зайнятого населення, то на одного зайнятого нині припадає 8 ООМ. Досліджуючи демографічні прогнози вітчизняних науковців, чисельності населення України, орієнтовано до 2050 року на одного зайнятого може припадати біля 5 ООМ. Отже, дані свідчать, що в нашій країні практично рівень працевлаштування ООМ вдвічі менший порівняно із середнім світовим показниками. Проблему також посилює той факт, що через військовий конфлікт чисельність ООМ зростає. Зрозуміло, що ця проблема на сучасному етапі соціально-економічного розвитку України набуває першочергового значення, оскільки ООМ відносяться до уразливих груп населення та потребують соціальної захищеності через те, що їм важко конкурувати на ринку праці. Відсутність суттєвих конкурентних переваг призводить до падіння не тільки їх матеріального добробуту, але і соціальної активності, зниження якості життя і поглиблення бідності, відчуження від трудового життя тощо. Тому важливим завданням політики держави має бути залучення якомога більше ООМ до активного життя.

Соціальноекономічні втрати призводять до зменшення соціального захисту ООМ та створюють інші соціально-економічні бар'єри. Відповідно до даних окреслені такі проблеми у сфері соціального захисту ООМ, які актуальні на сьогодні: соціальні виплати ООМ не гарантують їм достатній рівень життя; обмеженість в отриманні гідної освіти в рамках інтегрованих форм навчання; дискримінація у процесі працевлаштування та подальшої роботи; практична відсутність доступного середовища для вільного пересування та безперешкодної комунікації; переважання некваліфікованої праці у структурі зайнятості інвалідів як прямий наслідок недоступності для них вищої освіти; негаразди у забезпеченні технічними засобами реабілітації; недостатньо результативна поточна діяльність Фонду соціального захисту інвалідів; низька ефективність використання державної підтримки підприємствами громадських організацій ООМ тощо. Аналізуючи дану проблематику виділені головні бар'єри ООМ на шляху до працевлаштування, зокрема: невідповідність напрямів підготовки потребам ринку праці; низька конкурентоспроможність ООМ на ринку праці внаслідок недостатньої професійної підготовки; відсутність необхідного досвіду; медичні показання і стан здоров'я шукачів роботи із числа ООМ. Практика показує, що залучення ООМ до сфери праці важливе як для них самих, так і для держави, оскільки підвищується життєвий рівень ООМ, збільшується їх платоспроможність, а також можливість самореалізації.

Отже, політика повинна полягати в тому, щоб максимізувати потенціал ООМ у контексті професійної, трудової реабілітації та зайнятості.

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ОБЛАСТІ: СУТНІСТЬ ТА ФАКТОРИ

Литвин А.П., Чекмасова І.А.

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

В роботі розглянуто питання інвестицій, інвестиційного потенціалу, поняття інвестиційного потенціалу області та важливість залучення інвестицій в економіку областей.

Інвестиції варто розглядати як інструмент для здійснення політики розширеного відтворення, структурної перебудови суспільного виробництва і збалансованого розвитку галузей народного господарства, прискорення науково-технічного прогресу, поліпшення якості та забезпечення конкурентоспроможності вітчизняного виробництва. [1]

Підсумовуючи трактування інвестиційного потенціалу в економічній літературі можна вивести комплексне визначення, що це кількісна характеристика інвестиційної привабливості, що відображає можливості вкладення коштів, що дозволяє добитися ефекту синергії при їх використанні з ціллю отримання прибутку. У свою чергу інвестиційний потенціал області це впорядкована сукупність інвестиційних ресурсів, що дозволяють збільшувати здатність господарюючих суб'єктів, які оперують запасами цих ресурсів, забезпечувати в часі стійкий економічний прибуток.[2]

У даний час залучення інвестицій в економіку областей є ключовим завданням. Для досягнення ефективності вирішення такого завдання необхідно підвищити інвестиційну привабливість області для потенційних інвесторів.

Для цього потрібен комплексний підхід до вивчення основних факторів, що впливають на інвестиційну привабливість, а також визначення їх впливу на рівень конкурентоспроможності і затребуваність регіональної економіки на ринку капіталу.[3]

До основних факторів, що впливають на інвестиційну привабливість області відносять географічне розташування області, місцеву нормативно-правову базу, інституційну інфраструктуру, виробничу інфраструктуру, інноваційний потенціал, трудовий потенціал та виробничий потенціал. [4]

Саме тому підвищення інноваційного потенціалу області залежить від інтеграції зусиль держави і підприємницького сектора економіки, прискорення впровадження сучасних інвестиційно-фінансових механізмів залучення недержавного українського і іноземного капіталу в сферу науки і технологій.

Література:

1. Карамішева А. Р. Інвестиції та їх роль в розвитку економіки // ТДР. 2009.
2. Нароліна Ю.В. Інвестиційний потенціал та інвестиційний ризик як основні складові інвестиційної привабливості регіону // Вісник ТГУ. 2009. №12.
3. Юсупова Л. М. Інвестиційний потенціал регіону: сутність та фактори // СІСП. 2012. №9.
4. Вишняков А. І., Герасіна О. М. Формування інвестиційного клімату регіону // Бізнес в законі. 2012. №6.

ІННОВАЦІЇ ТА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ

Лінькова О.Ю.

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

Актуальність проблеми. Виживання бізнес організацій за умов зростаючої конкуренції визначається їх стратегічною позицією на ринку. Лідерство підприємству забезпечує система управління орієнтована на постійну реалізацію інновацій.

Мета дослідження – систематизувати системи управління з метою активізації інновацій.

Методологія. Системи управління – це набір засобів впливу на підконтрольний об'єкт для досягнення певної мети. У разі коли об'єктом керування виступають люди, з певною структурою взаємозв'язків, набір засобів впливу складно систематизується і їх ефективність визначається індивідуальним ситуаційним підходом. Основні засоби впливу на поведінку людини можна поділити на внутрішні (стиль, культура управління) та зовнішні (імідж бізнесу, попит, цінності споживачів). Постійна реалізація інновацій в бізнесі потребує певних навиків від менеджерів, а також структурної підтримки. Найбільш цінними навичками менеджерів для успіху реалізації інновацій є: творче мислення, ініціативність та їх розвиток; вміння визначити сфери застосування інноваційних ідей; інноваційний підхід до вирішення всіх проблем; створення гнучких організаційних структур; вміння працювати з людьми (керівниками, колегами, підлеглими) задля реалізації мети; об'єктивно оцінювати результати роботи кожного суб'єкта в колективі; застосовувати методи та моделі для оптимізації інновацій; відповідальності за реалізацію інновацій. Що стосується структурної підтримки постійної реалізації інновацій у бізнесі то в роботі пропонується певна модель системи управління.

Модель системи управління, орієнтована на постійну реалізацію інновацій, яка складається з: класичних елементів процесу управління (функції, методи, рішення, зворотній зв'язок), інформаційної системи, яка відповідає сучасному класу підтримки управлінських рішень та відповідної структури реалізації інновацій. Наявність окремих підрозділів з інформаційної та організаційної підтримки інновацій дозволяє менеджменту підприємства значно підвищувати ефективність реалізації змін за рахунок зменшення періоду від ідеї до практичних результатів нововведень. За умов європейської інтеграції лідером стає не тільки бізнес, який займає значну ринкову долю, а й підприємства, які постійно запроваджують інновації, стосовно товару, якості обслуговування, технології, дослідження.

Висновки. Запровадження моделі системи управління, орієнтованої на постійну реалізацію інновацій дозволить бізнес організації посилити кадровий потенціал та максимально використати ринкові можливості зростання.

Напрямок для проведення подальших досліджень: вивчення проблем реалізації моделі системи управління, орієнтованої на реалізацію інновацій.

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА РИНОК ПРАЦІ УКРАЇНИ

Лісна І.Ф.

*Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця,
м. Харків*

Сучасний етап розвитку світової економіки відзначається небувалим посиленням процесу глобалізації. Значний вплив на розширення процесу глобалізації справила технологічна революція. Глобалізація й технологічна революція призвели до значних фундаментальних зрушень в економіці, в соціальній сфері. Проявом таких трансформацій є формування нових тенденцій в розвитку ринку праці.

Серед загальносвітових тенденцій економічна глобалізація на сьогодні є найбільш визначальною щодо перспектив якісних перетворень на ринку праці.

Інтеграція України до світового ринку праці постає важливою умовою оптимізації національної участі у міжнародному розподілі праці. Особливістю вітчизняного ринку праці в сучасних умовах господарювання є його формування та розвиток з посиленням соціальної спрямованості під впливом глобалізаційних процесів. Відбувається процес інституціональних змін на ринку праці, який характеризується трансформацією існуючих та створенням нових інститутів ринку праці.

Проблеми, які виникають в процесі функціонування національного ринку праці в умовах глобальних викликів, поглиблюють кризові явища в економіці, стримують створення умов для економічного зростання й стабілізації, перешкоджають здійсненню структурних перетворень. Вітчизняний ринок праці запозичує загальносвітові тенденції, поступово на ньому відбувається глибинна трансформація зайнятості, яка характеризується зміною основних його форм, змісту та видів. Ці зміни значно впливають на основні параметри ринку праці: попит, пропозицію, ціну трудових ресурсів, появу нових інститутів та нових суб'єктів тощо.

Інтенсифікація процесів глобалізації та її вплив на формування та соціально-інституціональний розвиток ринку праці в Україні характеризується наступними основними тенденціями: спостерігаються процеси інституціоналізації ринку праці, які відзначаються появою нових та реформуванням старих інститутів; підвищується гнучкість ринку праці, орієнтованого на інформаційно та інтелектуально насичені технології; відбувається розвиток нових видів діяльності, які створюють підвищений попит на працівників, здатних навчатися та набувати необхідних компетентностей впродовж всього життя; поглиблюється поляризація доходів працівників та рівня їх життя; спостерігається зростання мобільності робочої сили та інтенсифікація міграційних процесів (особливо інтелектуальної); відзначається підвищення впливу транснаціональних корпорацій (ТНК) на ринок праці та ін.

Світова практика доводить, що інтенсифікація процесів глобалізації і її наслідки не рівномірно впливають на держави. Найкращих результатів досягають країни з високим рівнем розвитку економіки.

ІННОВАЦІЙНА МОДЕЛЬ ОНЛАЙН-БІЗНЕСУ

Літвиненко М.В., Майстро Д.С.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Сучасний розвиток Інтернет економіки викликає необхідність трансформації бізнес процесів більшості компаній, особливо торговельних, і має стратегічне значення для їх розвитку та конкурентоспроможності в майбутньому. За наявними статистичними даними [1] до кінця 2019 р. загальний обсяг продажів інтернет-магазинів по всьому світу, повинен досягти позначки в два трильйони доларів США. Зростання кількості покупців, які цікавляться покупками в Інтернет, в порівнянні з 2017 роком, складе + 6 %. Немає ніяких сумнівів, що ринок електронної комерції продовжить рости и у 2020 р. в світі очікується подвоєння загального обсягу продажів через інтернет (рис.1).

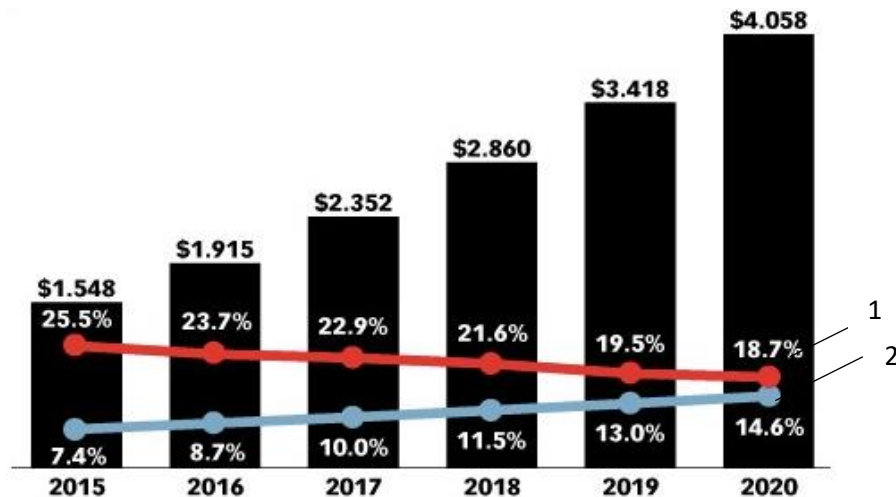


Рисунок 1 – Прогнозна динаміка загального обсягу продажів в інтернет-торгівлі в світі [1]:
1 - % змін; 2 - % від загального обсягу продажів

Все вище перераховане робить привабливою думку ведення бізнесу у Інтернеті. При цьому Інтернет простір можуть ефективно використовувати як бізнесмени-початківці так і бізнесмени зі стажем [2]. Це благодатна площина для симбіозу виробників і бажаючих залучитися до продажів. Як найкраще сучасний симбіоз представлено дропшипінгом – інноваційний спосіб співпраці при якому бізнесмен забезпечує наявність замовлень, а постачальник бере на себе їх доставку і іноді фінансові розрахунки з покупцями інтернет-магазину.

Дропшипінг якісно вирішує й питання дослідження нової ніші або розширення наявного асортименту без істотних вкладень.

Література:

1. www.eMarketer.com (Aug,2016).
2. Літвиненко О.О. Реалізація підприємницького потенціалу шляхом спроби створення першого власного бізнесу / Літвиненко О.О., М.В. Літвиненко // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». – Х.: НТУ „ХПІ”. – 2018. – № 48(1324). – С. 53-59.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ В УМОВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Лобанов І.П., Смолівик Р.Ф.

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

До основних сучасних тенденцій розвитку підприємств галузі слід віднести наступні: поглиблення спеціалізації та диверсифікації готельної та ресторанної пропозиції; глибоку персоніфікацію обслуговування; розвиток мережі малих готельних підприємств; формування нових напрямів сучасної кулінарії; поглиблення спеціалізації ресторанів; впровадження нових комп'ютерних технологій; розвиток міжнародних готельних та рестораних ланцюгів. Досвід економічної діяльності останніх років у готельному господарстві України свідчить про досить повільне підвищення якісних параметрів діяльності підприємств галузі. Одночасно, в країні дістає розвитку мережа готелів високої категорії обслуговування, які надають послуги розміщення згідно з вимогами світових стандартів. Ефективність діяльності сучасних закладів готельно-ресторанного бізнесу базується на використанні різноманітного за принципом дії і конструктивним виконанням устаткування. Можливості забезпечення закладів готельно-ресторанного господарства устаткуванням в нашій країні практично не відрізняються від можливостей споживачів в будь-якій країні Європи.

У зв'язку з цим, можна стверджувати, що здатність організації не тільки залучати, але і створювати оптимальні умови для працівників розумової праці, є фундаментальною умовою сталого розвитку організації на тривалу перспективу.

Ділове спілкування між представниками бізнесу досить різноманітно, однак, воно завжди переслідує певні цілі. Ділова стратегія спілкування потребує зазначення способів постановки цілей та обрання засобів щодо їх реалізації, використання різних видів тактик, стратегічних сценаріїв. У зв'язку з цим, виникає необхідність аналізу стилю ділового спілкування та його принципів, а також – розгляду основ службового етикету. Службовий етикет зазнається, як система методів комунікативно-управлінського впливу, як комунікативний менеджмент. Крім того, міжособистісне спілкування – це завжди обмін емоціями, психологічна взаємодія. Тому в процесі міжособистісного спілкування повинні бути враховані бар'єри спілкування, помилки, що руйнують ділове спілкування, бар'єри сприйняття, перші враження та особливості поведінки учасників спілкування. Ефективність інтелектуальної праці в значній мірі буде залежати від таких факторів, як індивідуальні інтелектуальні здібності, ділові якості дослідників і розробників, їх психологічна сумісність, ірраціональний клімат в колективі.

Література:

1. Смолівик Р.Ф. Сучасне устаткування та ефективний менеджмент – запорука якісної роботи закладів готельного та ресторанного господарства / Р.Ф. Смолівик, О.І. Линник, Н.В. Артеменко // Інфраструктура ринку. – 2018.– Вип. 24. – С. 257–260.

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ

Лоєнко А.О., Ларка Л.С.

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

Поведінка споживачів на цільовому ринку підприємства – важлива характеристика цільової аудиторії підприємства.

Ключовою проблемою гравців на ринку товарів є вивчення та залучення цільової аудиторії. Маркетологу необхідно визначитися з тим, хто є цільовою аудиторією для підприємства та як краще стимулювати продажі [1].

Саме тому є необхідність чіткого визначення проблематики маркетингових досліджень поведінки споживачів. Нижче наведено основні цілі таких досліджень та масиви даних, які потрібно визначити в результаті проведення дослідження.

Дослідження процесу прийняття рішення про покупку: час на прийняття рішення про купівлю товару; ефект від покупки; бюджет покупки; значущість товару для споживача; інформаційний носій про товар; які сценарії розглядалися при прийнятті рішення.

Дослідження мотивів здійснення покупки споживачами: фізичне та соціальне оточення; час купівлі; мета купівлі; попередній стан споживача; інформаційне забезпечення; ієрархія потреб споживача.

Дослідження кола осіб, які впливають на прийняття рішення про покупку: параметри бажаної, небажаної та членської референтних груп.

Дослідження способів використання продукції споживачем: потреби, які задовольняє товар.

Визначення найбільш популярних місць здійснення покупки споживачами: критерії вибору місця здійснення покупки споживачами; важливість критеріїв вибору місця здійснення покупки для окремих груп споживачів [2].

Таким чином, від мети маркетингового дослідження поведінки споживачів залежатиме інформаційне наповнення анкети та методологія оброблення первинних даних. Разом з тим слід зауважити, що дотримання алгоритму проведення маркетингових досліджень дозволить підвищити якість фінального звіту за результатами дослідження. Прискіпливу увагу слід приділити питанню обґрунтування обсягу вибірки споживачів для проведення дослідження, оскільки недостатній обсяг вибірки знижує достовірність результатів дослідження та не відображає точку зору генеральної сукупності, занадто великий обсяг вибірки призведе до неефективного використання маркетингового бюджету підприємства.

Література:

1. Яшкіна О. І. Маркетингові дослідження поведінки споживачів на ринку товарів особливого попиту / О. І. Яшкіна, К. В. Квахненко // Економіка і суспільство. – 2017. – № 9. – С. 746 – 749.
2. Яковлев А. І. Організація інформаційного забезпечення маркетингових досліджень / А. І. Яковлев, Л. С. Ларка // Формування ринкової економіки : зб. наук. пр. – Київ : КНЕУ, 2011. – С. 406 – 418.

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДА ХЕРСТА У СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Локтіонова О.С., Геляровська О.А.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Сьогодні наука має широкий вибір інструментів для дослідження параметрів динаміки економічних систем. Практика показує, що динаміка економічних процесів і явищ носить нелінійний і, найчастіше, хаотичний (непередбачуваний) характер. Це обумовлює необхідність пошуку альтернативних методів моделювання із застосуванням нестандартних математичних апаратів.

Проте для аналізу ринкової динаміки жоден з математичних напрямів, як нечіткі методи, нейронні мережі, генетичні алгоритми тощо, не може врахувати таку властивість ринку, як самоорганізація [1]. Дану проблему, певною мірою, дозволяє вирішити теорія фракталів.

Теорія фракталів в даний час широко використовується для опису властивостей самоподібності і складного скейлінга, які спостерігаються в самих різних додатках. Фрактальні часові ряди - цілий клас фрактальних кривих, широко використовуваних при описі й моделюванні найрізноманітніших явищ. Дуже хороша непараметрична методологія була відкрита Х.Е. Херстом, який застосував її для вирішення випадкових і невідповідних систем, постійності трендів і тривалості циклів, якщо такі є. Цей метод носить назву методу нормованого розмаху, або R/S-аналізу і використовується для розрізнення випадкового часового ряду і фрактального часового ряду. Херст запропонував нову статистику - показник Херста [2]. Для калібрування часових змін Херст ввів безрозмірне відношення за допомогою розподілу розмаху на стандартне відхилення спостережень. Херст показав, що більшість природних явищ, включаючи річкові стоки, температури, опади, сонячні плями слідуєть «зміщеному випадковому блуканню» - тренду з шумом.

Метод Херста застосовується і для вивчення часових рядів в економіці і на ринках капіталу, і дозволяє з'ясувати, чи є ці ряди також зміщеними випадковими блуканнями [3]. Для знаходження довжини циклу, як правило, застосовується візуальний аналіз тенденцій кривої V-статистики. Він полягає у виявленні точок зміни тенденцій, що може сигналізувати про закінчення циклу, а також інтервалів зростання, стабілізації і спадання кривої. Зростання V-статистики при збільшенні числа спостережень вказує на персистентність поточної ділянки ряду, а стабілізація – на переважання білого шуму.

Література:

1. Снитюк В.Є. Прогнозування. Моделі. Методи. Алгоритми: Навч. пос. К.: «Маклаут», 2008. – 364 с
2. Даниленко В.А. Альтернативні методики проведення фрактального аналізу / В.А. Даниленко // Економіка промисловості. — 2015.
3. С.Є. Гардер, О.С. Локтіонова, О.А. Геляровська. Використання R/S аналізу часового фінансового ряду для прогнозування майбутньої ціни криптовалют. // Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки). Збірник наукових праць. – Х.: НТУ «ХПІ». - 2018. - № 37 (1313). – С. 138-142

ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ В СИСТЕМІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Лорві І.Ф., Герасим'як Н.В.

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

Будь-яке підприємство, що функціонує на ринку залежно від специфіки своєї діяльності повинно виокремлювати ключові інноваційні елементи розвитку, що в подальшому повинні забезпечити йому сильні та водночас стабільні конкурентні позиції. Інноваційна стратегія як частина загальної стратегії розвитку підприємства є рушійною силою, що забезпечує підприємству розвиток і стабільну конкурентну позицію на ринку. Проаналізувавши наукові джерела з дослідження питань класифікації інноваційних стратегій [1-3] було виділено наступні конкурентні переваги їх реалізації (табл.1).

Таблиця 1. Конкурентні переваги реалізації інноваційних стратегій

Інноваційна стратегія	Основні конкурентні переваги
Стратегія наступу	- інноваційне лідерство у галузі; інноваційні товари та технології; - зростання прибутковості та фінансової стабільності.
Стратегія захисту	- оптимальне співвідношення «витрати-результат» в інноваційному процесі; - інвестування та розвиток лише тих інновацій, що мають комерційний успіх на ринку.
Імітаційна стратегія	- зосередження фінансів підприємства на капітальних вкладеннях; - мінімізується інвестиційний та знижується комерційний, фінансовий ризик; - відсутні значні фінансові витрати на власні НДКР.
Залежна стратегія	- мінімальні витрати на дослідження і на впровадження вже освоєних досягнень; - характерна для малих фірм.
Традиційна стратегія	- орієнтована на підвищення якості існуючих виробів; - використання вже існуючої технологічної бази.
Стратегії «ніші»	- функціонування на ринку із низьким рівнем конкуренції; - обмеженість функціонального циклу в обраній ринковій ніші; - швидкі темпи приросту споживчих вподобань.

Отже, обґрунтовуючи той чи інший варіант інноваційної стратегії, керівники повинні враховувати і те, що вона повинна відповідати загальній стратегії розвитку організації, бути прийнятною для неї за рівнем ризику і передбачати готовність ринку до сприйняття новинки. Економічна безпека підприємства при цьому залежить не тільки від успіху інноваційних проектів, що безумовно є найголовнішим, але і від подальшого його розвитку та рівня прогнозованої конкуренції.

Література:

1. Ілляшенко С.М. Розвиток теоретико-методологічних засад переходу підприємств на інноваційний шлях розвитку / С. М. Ілляшенко, Ю.С. Шипуліна // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4, Т. I. – С. 103-113.

2. Юринец З. В. Види инновационных стратегий в современных условиях развития экономики / З. В. Юринец // Materialy X mezinarodni vedecko – prakticka conference «Veda a technologie: krok do budoucnosti - 2014», Česká republika, Praha, 27 unora – 05 brezen 2014 r. – Dil 6. Ekonomické vedy. – Praha : Publishing House «Education and Science» s.r.o, 2014. – С. 83-85.

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ІТ-КОМПАНІЯХ

Луценко Ю.О., Шевченко М.М.

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

На сучасному ринку праці людський капітал грає ключову роль у забезпеченні конкуренції і довгострокового розвитку будь-якого підприємства, особливо в швидко зростаючих сучасних ІТ-компаніях. Саме для того, щоб знайти та утримати висококваліфікованих спеціалістів, кожна компанія має Human Resource та Recruiting відділи. Вони займаються, в першу чергу, пошуком та залученням нових кадрів і досвідчених професіоналів, а вже потім їхньою адаптацією, навчанням, розвитком і мотивацією.

Тому знаходження ефективних методів підбору та управління персоналом в ІТ-сфері є одним з головних завдань компаній. Для цього потрібно чимало зусиль, знань, досліджень, а саме головне безупинного процесу розвитку та вдосконалення сучасних знань, навичок кожного співробітника.

Як раз за це й відповідають HR-менеджери та ІТ-рекрутери. Які не тільки обізнані у специфіці ІТ-ринку, а ще й орієнтуються в різноманітних ІТ-професіях, таких як адміністратор бази даних, адміністратор сайту, аналітик, бізнес-аналітик, веб-дизайнер, веб-програміст, верстальник, консультант з ERP-систем, контент-менеджер, менеджер із продажу, менеджер Інтернет-проектів, програміст, редактор сайтів, системний адміністратор, системний аналітик, спеціаліст з інформаційної безпеки, сценарист комп'ютерних ігор, тестувальник програмного забезпечення і так далі.

Також ІТ-рекрутери повинні вміти розгледіти спеціаліста та допомогти йому підібрати цікавий та відповідно до його досвіду проект, де він зможе розкрити себе на 100%, що, у свою чергу, принесе компанії максимальний прибуток з мінімальними витратами. А саме адаптація ІТ-працівників, їх мотивація та стимулювання праці, оцінка труда є основною відповідальністю Human Resource Management.

Виходячи з попиту, який диктує сучасний ІТ-ринок, управління персоналом є невід'ємним відділом, який не тільки допомагає компанії у зростанні прибутку в крайні строки, а також в зменшенні як часових, так і грошових затрат.

ГОЛЛАНДСЬКІ АУКЦІОНИ ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Макєєв Д.О., Ларка Л.С.

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

Голландські аукціони (*Dutch Auction*) – це один із різновидів аукціонів. На відміну від англійських аукціонів (так званих *English Forward*), де учасники поступово підвищують ціну своєї пропозиції, голландські аукціони працюють зі зниженням ціни. Під час аукціону ціна автоматично знижується, аж поки хтось з учасників це зниження не зупинить. Це означатиме, що він готовий купити лот за цю суму [1]. Голландській аукціон не є кращим чи гіршим ніж інші моделі аукціонів. Він просто більш ефективний для певного типу активів. В першу чергу, тих, по яких важко визначити ринкову ціну – цю ціну визначають учасники. Крім того, голландські лоти дозволяють продавати набагато швидше.

Акцепт – ситуація, коли учасник аукціону погоджується з поточною ціною лота, або поточна ціна лота досягає цінової пропозиції одного або декількох користувачів. При цьому продавець зобов'язаний протягом п'яти днів або завершити аукціон у зв'язку з продажем лота, або відновити його, якщо остаточна домовленість з покупцем досягнуто. У разі відсутності реакції з боку продавця аукціон автоматично завершується [2]. При акцепті аукціон переходить в режим, в якому зупиняється падіння ціни лота, перегляд аукціону не доступний користувачам, які за ним не стежать, до аукціону не можуть додаватися нові учасники. Користувачі, які брали участь в аукціоні до моменту акцепту, зберігають доступ до сторінки аукціону і можуть робити будь-які цінові пропозиції продавцю в період акцепту.

Ефективність управління грошовими потоками визначається синхронізацією надходжень та виплат підтримкою постійної платоспроможності підприємства та раціональним використанням фінансових ресурсів, які формуються із зовнішніх і внутрішніх джерел. Управління грошовими потоками є важливою ланкою фінансової політики складовою фінансового менеджменту, що охоплює всю систему управління підприємством [3]. Впровадження голландських аукціонів у практику управління активами підприємства дозволить суттєво підвищити ефективність економічного управління підприємством за рахунок більш вигідного продажу надлишкових активів підприємства.

Література:

1. Режим доступу: <https://prozorro.sale/handbook/sho-take-gollandski-aukcioni>. Дата звернення 11.03.2019 р.
2. Режим доступу: <http://www.rau24.biz/rules>. Дата звернення 11.03.2019 р.
3. Маркіна А.О. Управління грошовими потоками як складова економічного управління підприємством / А.О. Маркіна, Л.С. Ларка // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я : наук. вид. : тези доп. 26-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2018, [16-18 травня 2018 р.] : у 4 ч. Ч. 3 / ред. Є. І. Сокол. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – С. 199.

ВАЛЮТНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА ВАЛЮТНИЙ КОНТРОЛЬ В УКРАЇНІ **Маковоз О.С.**

Харківський національний університет внутрішніх справ, м. Харків

На сьогодні Україна намагається бути рівноправним членом світової спільноти. Для використання переваг міжнародного поділу праці та активізації залучення іноземних інвестицій слід реалізовувати обґрунтовану валютну політику держави. Важливим засобом реалізації державної валютної політики є валютний контроль. У сучасних умовах господарювання валютний контроль досить актуальне питання, тому що з урахуванням економічної ситуації в країні саме валютне регулювання є частиною механізму фінансової стабілізації, розвитку зовнішньої торгівлі і зміцнення стабільності національної валюти. Валютний контроль – це контроль з боку держави за порядком придбання юридичними і фізичними особами іноземної валюти і проведення валютних операцій, за переміщенням валюти через митний кордон.

Валютний контроль здійснюється в таких формах:

- документальним оглядом, який ґрунтується на аналізі бухгалтерської фінансової та статистичної звітності, що надається установам НБУ;
- за допомогою інспекційних перевірок банків;
- застосуванням до банків та інших осіб заходів впливу за порушення ними валютного законодавства.

21 червня 2018 року Верховна Рада України прийняла Закон України «Про валюту і валютні операції» № 2473. Згідно з зазначеним Законом з 07 лютого 2019 р. в Україні почав діяти новий порядок здійснення валютних операцій. З цього часу правові засади здійснення валютних операцій, валютного регулювання та валютного нагляду, права та обов'язки суб'єктів валютних операцій і уповноважених установ, а також відповідальність за порушення ними валютного законодавства, регулюються виключно зазначеним Законом, зокрема:

- скасовується валютний нагляд за експортно-імпортними операціями до 150 тис. грн;
- скасовується щоквартальне декларування валютних цінностей, доходів та майна, що знаходяться за межами України;
- дозволяється вільне використання резидентами рахунків в іноземних фінансових установах та здійснення через такі рахунки валютних операцій (крім операцій з переказів коштів з України на такі рахунки);
- дозволяється здійснення операцій за рахунками в українських фінансових установах юридичних осіб-нерезидентів.

Слід зазначити, нормативна база валютного регулювання та валютного контролю заснована на сукупності норм валютного, банківського та митного права. Таким чином, дієвий валютний контроль повинен ґрунтуватись на гнучкій монетарній політиці, що буде забезпечувати стабільність національної грошової одиниці, що в кінцевому результаті буде сприяти інтенсифікації процесів міжнародного співробітництва та притоку інвестицій.

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ ЕФЕКТИВНОСТІ

Максименко Я.А.

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

Забезпечення високої ефективності зовнішньої торгівлі є одним із першочергових завдань сучасності. В умовах зростаючої взаємозалежності країн нагальною потребою є пошук оптимальної структури зовнішньої торгівлі як за товарною, так і територіальною структурою. Важливої ролі набуває використання переваг міжнародної торгівлі, що пов'язано з більш продуктивною реалізацією економічного потенціалу, чому сприяє розробка ефективної конкурентної стратегії, значення якої зростає в умовах жорсткої конкурентної боротьби на міжнародних ринках [1,2]. В Україні експорт товарів в 2017 р. становив 39701 млн дол., а імпорт – 49364 млн дол. Частка країн СНД в експорті становить 17,5 % і вона зменшується (в 2013 р. – 35,1%); Європи поступово збільшується з 24,0 % в 2013 р. до 36,3 % в 2017 р. Питома вага країн Азії – 32,4%, Африки – 10,1 %, Америки – 2,8%. В імпорті частка країн СНД становить 25,5% проти 38,0 % в 2013 р., країн Європи – 41,2 % проти 31,2 % в 2013 р., країн Азії – 20,1 %, Африки – 1,2 %, Америки – 6,7 % [5]. ереважну частину в експорті становлять продовольчі товари та сировина 17739 млн дол., з яких максимальна частка належить країнам Азії 44,7 %, Європи – 32,0 %; чорні й кольорові метали та вироби з них 9890 млн дол. з максимальною часткою країн Європи 36,7 %. Найменшу частку становлять промислові вироби 575 млн дол., з них до країн СНД експортується 55,4 %, до країн Європи – 37,5 %; деревина; продукція хімічної галузі; машини та устаткування. Слід звернути увагу на розширення експорту, в тому числі частки товарів з високою доданою вартістю і реалізацію девальваційної переваги за умови високої якості товарів відповідно потребам світового ринку [3,4]. В імпорті переважають машини та устаткування – 13569 млн дол. з часткою країн Європи – 47,0 % та Азії – 33,3 %; мінеральні продукти – 11971 млн дол., з країн СНД – 51,4%; продукція хімічної галузі. Найменше імпортується деревини [5]. Отже, розширення зв'язків з країнами торговими партнерами й удосконалення товарної структури експорту і імпорту підвищить результативність торгових відносин. Диверсифікація зовнішньої торгівлі сприятиме реалізації конкурентних переваг національної економіки.

Література:

1. Дяченко Т. А. Конкурентні стратегії промислових підприємств, що надають ремонтні послуги / Т. А. Дяченко // Бізнес Інформ. – 2015. – № 6. – С. 150-154.
2. Дяченко Т. А. Оцінка ринкового конкурентного середовища підприємств, що надають послуги ремонту електродвигунів, генераторів і трансформаторів / Т. А. Дяченко // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ". – Харків : НТУ "ХПІ". – 2012. – № 14 (920), т. 2. – С. 80-87.
3. Максименко Я. А. Зовнішньоторговельні відносини України / Я. А. Максименко // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ". – Харків : НТУ "ХПІ". – 2015. – № 60 (1169). – С. 145-148.
4. Максименко Я. А. Проблема курсообрання в Україні / Я. А. Максименко, В. В. Шпитальний // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2016" : тр. 12-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2016 р. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – С. 104-107.
5. Статистика зовнішнього сектора / Офіційний сайт Національного банку України. – 2017. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=19208314>

РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В КОНТЕКСТІ РЕГУЛЮВАННЯ МІГРАЦІЇ РОБОЧОЇ СИЛИ

Максименко Я.А.

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

Широке розповсюдження останнім часом отримала міграція робочої сили, в тому числі висококваліфікованих фахівців, пов'язана як з низьким рівнем оплати праці, так і з неможливістю реалізувати повною мірою творчий потенціал. Про масштаби міграції робочої сили свідчать дані щодо обсягів приватних переказів: в 2015 р. – 6959 млн дол., в 2016 р. – 7535 млн дол., в 2017 р. – 9264 млн дол. Основними міграційними векторами є країни ЄС і СНД. В цілому з країн ЄС надійшло 5697 млн дол. (61,5%), країн СНД – 1448 млн дол. (15,6%). Серед країн-реципієнтів, в першу чергу, слід виділити: Польщу, Росію, США, Італію, Чеську республіку. Максимальні обсяги приватних переказів надходять з Польщі – 3116 млн дол. (33,6% від загального обсягу); а також Росії – 1292 млн дол. (13,9%), США – 679 млн дол. (7,3%), Італії – 448 млн дол. (4,8%), Чеської республіки – 434 млн дол. (4,7%) [4]. Приплив грошових переказів в країну здійснює позитивний вплив на її розвиток, хоча втрати від міграції перевищують вигащ, оскільки міграція призводить до зниження трудового, інтелектуального потенціалу країни.

Для запобігання міграції необхідно запровадження соціальних програм, збільшення рівня доходів, забезпечення населення робочими місцями. Важливим є створення умов для розвитку і реалізації людського капіталу [1, 2], складовими якого виступають знання, досвід, компетентність [3]. За індексом розвитку людського капіталу в світі лідирують такі країни як Фінляндія, Норвегія, Швейцарія, Японія, Швеція, Німеччина, Франція. З урахуванням високих доходів і більш сприятливих умов для застосування інтелектуального потенціалу іноземні держави стають привабливими для українських висококваліфікованих фахівців. Інвестування в людський капітал, забезпечення якісної освіти, розвитку навичок – основні заходи, спрямовані на вирішення даної проблеми. Тільки створення гідних умов для накопичення знань, їх реалізації дозволить запобігти відтоку висококваліфікованих кадрів, зберегти і примножити науковий, інтелектуальний, культурний потенціал нашої країни.

Література:

1. Максименко Я. А. Зовнішня міграція в Україні: сприяння розвитку чи бар'єр? / Я. А. Максименко, А. О. Талалаєва // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2012. – № 5, т. 2. – С. 240-244.
2. Максименко Я. А. Миграционные процессы в Украине: проблемы и перспективы / Я. А. Максименко, И. И. Хайло // Вестник Нац. техн. ун-та "ХПИ" : сб. науч. тр. Темат. вып. : Актуальные проблемы управления и финансово-хозяйственной деятельности предприятия. – Харьков : НТУ "ХПИ". – 2014. – № 23 (1066). – С. 40-47.
3. Maslak O. Intellectual capital as a factor of economic development of Ukraine / O. Maslak, N. Grishko, O. Hlazunova, M. Maslak // Journal of Turiba University «Acta Prosperitatis». – Turiba (Latvia), 2016. – No 7. – P. 104 –118.
4. Статистика зовнішнього сектора. Грошові перекази. [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Національного банку України. – 2017. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=19208357>

ОБГРУНТУВАННЯ КОМПЛЕКСУ РІШЕНЬ ЩОДО ОПЛАТИ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Малицька А.Д., Ларка Л.С.

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

Заробітна плата, рівень виплат працівникам, їх сутність та структура мають велике соціальне значення і впливають не лише на рівень життя населення, а й на поточні та майбутні показники діяльності підприємств. Крім того, ефективність діяльності підприємства залежить від результатів роботи самих працівників, а їх мотивація, в свою чергу, від рівня заробітної плати та умов праці.

Удосконалення організації оплати праці на підприємствах має будуватися на оптимізації тарифного регулювання заробітної плати, до якої належать:

- удосконалення тарифної системи шляхом встановлення співвідношень тарифних ставок залежно від рівня кваліфікації робітників;
- запровадження гнучких форм і систем оплати праці;
- розроблення внутрішньовиробничих тарифних умов оплати праці як чинників підвищення мотивувальної та стимулюючої ролі тарифних систем;
- удосконалення мотиваційного механізму регулювання міжпосадових окладів та міжкваліфікаційних рівнів оплати праці;
- удосконалення нормування як засобу регулювання міри праці та її оплати;
- обґрунтування вибору найефективніших форм і систем заробітної плати;
- колективно-договірного регулювання заробітної плати [1].

Обґрунтування комплексу рішень стосовно оплати праці на підприємстві може відбуватися із застосуванням раціонально-дедуктивної моделі, а обрання оптимального комплексу рішень – за допомогою критерію Вальда, Севіджа, Гурвіца або оптимізму.

Оскільки мова йде про розвиток підприємства, на перший план виступають питання раціонального використання наявних потенціалів підприємства (виробничого, кадрового, фінансового, інноваційного, маркетингового) при реалізації його загальної стратегії, а також формування ефективного механізму узгодження складових стратегічного набору підприємства. Всі складові потенціалу підприємства взаємопов'язані поміж собою, тому при розробці стратегічного набору слід приділяти належну увагу кожному виду потенціалу [2].

Література:

1. Мельник К. В. Проблеми організації оплати праці в Україні та шляхи їх вирішення / К. В. Мельник // Управління розвитком. – 2014. – № 10 (173) – С. 159 – 161.
2. Ларка Л. С. Стратегія управління потенціалом підприємства як складова його стратегічного набору / Л. С. Ларка, Н. М. Донець, М. О. Сіренко // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Збірник наукових праць. Тематичний випуск: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 20 (993) – С. 159 – 163.

ОСНОВНІ ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ МЕТОДІВ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

Мамонтенко Н.С., Манічева А.В.

Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

Міжнародна торгівля складається із зовнішньої торгівлі всіх країн земної кулі, та являє собою систему міжнародних товарно-грошових відносин.

Методи міжнародної торгівлі являють собою організаційні форми, які виконують зовнішньоторговельні операції на світовому ринку. Загалом їх розподіляють на два напрями:

1. Торгівля напряму.
2. Непряма торгівля.

Торгівля напряму – це операції, які здійснюються між виробником та споживачем й виконуються компаніями, філіями, підприємствами, які займаються оптовою та/чи роздрібною торгівлею.

Перевагами цього напрямку є:

- можливість скорочення фінансових витрат завдяки прямої взаємодії з споживачем, без посередницької діяльності;
- зниження ризиків від співпраці з некомпетентними посередниками та залежності від них;
- спрощення документообігу та логістичних структур.

Так як, цей напрям ризиковий, він має свої недоліки такі як:

- необхідність в наявності висококваліфікованого персоналу, які мають досвід в міжнародній торгівлі;
- можуть зрости фінансові витрати;
- вплив політичних, економічних, правових та соціально-культурних обставин.

Непряма торгівля – це операції, які здійснюються через посередників (посередницьких фірм) чи через спеціалізовані товарні ринки, такі як міжнародні товарні біржі, аукціони, тендери.

Перевагами цього напрямку є те, що виробник продукції чи послуг має можливість повністю сконцентруватись на своїй діяльності. Направити всі ресурси на покращення, оновлення чи розвиток компанії для здійснення зовнішньоторговельних операцій та покращення чи зміцнення іміджу на міжнародному ринку.

Прямуючи з переваги витікає недолік, що посередникам чи на спеціалізованих товарних ринках не має довгострокової впевненості в реалізації міжнародної торгівлі. Відсутність взаємодії з споживачем, може призвести до зниження попиту на ринку.

Отже, кожній компанії необхідно використовувати такий метод, котрий більш підходить під її цілі, задачі та стратегію.

Література:

1. Бураковский И. Теория международной торговли / И. Бураковский. – К.: Основи, 2015. – 241 с.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ АУДИТУ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Мардус Н.Ю.

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

Із залученням іноземних інвестицій в економіку України, виходом вітчизняних підприємств на міжнародні ринки капіталу необхідне реформування системи бухгалтерського обліку та впровадження методології поширення інформації з економічних питань згідно з міжнародними стандартами для забезпечення відкритості, прозорості та зіставлення показників фінансової звітності суб'єктів господарювання значно зростає роль аудиту. Особливо необхідним є повідомлення і роз'яснення економічної інформації особам, які приймають управлінські рішення. Поєднання інтересів працівників, які складають звіти, і осіб, яким ця інформація призначена, поєднання різних сфер економічних процесів, захист економічних інтересів господарюючого суб'єкту є пріоритетами аудиту. [1-3]. Аудит є незалежною експертизою фінансової звітності комерційних підприємств уповноваженими на те особами (аудиторами), то його метою є підтвердження її достовірності для зовнішніх користувачів (державних податкових органів, інвесторів тощо) та власників, а також щодо організація і налагодження бухгалтерського, фінансового та управлінського обліку, а також надання різних консультацій [4, 5]. Низька актуальність звітності, яка полягає в тому, що дані у вітчизняному бухгалтерському обліку занадто формалізовані, а коли до періоду затримки бухгалтерських даних додається ще час на трансформацію і вивірення даних, то погіршують терміни подання звітності. Також спостерігається формальність звітності, оскільки за традиційного підходу поліпшуються тільки алгоритми складання звітності, тоді як самі співробітники і процедури корпоративного управління залишаються на колишньому рівні, по суті, змінюються тільки цифри на папері, а не саме підприємство [6]. Тому, основною задачею аудиту є не тільки перевірка достовірності інформації, яка відображена у фінансовій звітності, та й розробка пропозицій щодо удосконалення використання ресурсів та прийняті ефективних управлінських рішень.

Література:

1. Мардус, Н.Ю. Особливості аудиту фінансових результатів підприємства [Текст] / Мардус Н.Ю., Товт Ю.М. // Міжнародна наукова конференція MicroCAD : Секція №16 - Сучасні технології в економіці та менеджменті. НТУ "ХПИ", 2015.
2. Фальченко О.О. Процес подання та оприлюднення фінансової звітності підприємства / О.О. Фальченко, Н.Ю. Мардус // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. - 2017. - Вип. 5(2). - С. 167-170.
3. Мардус Н. Ю. Аспекти організації обліку і фінансової звітності / Н. Ю. Мардус, С.В. Брік // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. – 2014. – Вип. 9, ч. 6. – С. 219-222.
4. Мардус Н.Ю. Особливості аудиту фінансової звітності підприємства / Н.Ю. Мардус, Д.Л. Селюков // Наука і освіта – запорука розвитку економіки : зб. матеріалів 3-го Міжвузівського молодіжного наук.-практ. форуму / ред. Є.М. Строков. – Харків : НТУ "ХПИ", 2016. – С. 21-23.
5. Мардус Н.Ю. Особливості обліку, аудиту і аналізу оплати праці на підприємстві / Н.Ю. Мардус, В.В. Кригіна // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум-2016" : тр. 12-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2016 р. – Харків : НТУ "ХПИ", 2016. – С. 29-31.
6. Фальченко О.О. Актуальні питання впровадження міжнародних стандартів фінансової звітності / О.О. Фальченко, Н.Ю. Мардус, С.В. Брік // Соціально-економічний розвиток України: проблеми та перспективи : кол. монографія / ред. О.В. Маноїленко. – Харків : НТУ "ХПИ", 2015. – Розд. 1. – С. 62-68.

ХАРАКТЕРИСТИКА УПРАВЛІНСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ

Мартинова В.В., Стригуль А.А.

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

Сучасні складні економічні умови господарювання вимагають нових науково-практичних та економіко-організаційних підходів щодо виявлення та розкриття внутрішніх резервів машинобудівних підприємств України для підвищення результативності їх діяльності та практичної реалізації поставлених цілей. Одним з таких напрямків є системний підхід щодо підвищення рівня та якості управлінського потенціалу, одного з вагомих та впливових складових економічного потенціалу підприємства. Системний підхід є загальнонауковою методологією вивчення об'єкту дослідження, сутність якого полягає в комплексному дослідженні великих і складних об'єктів (систем), дослідження їх як єдиного цілого з угодженим функціонуванням усіх елементів і частин.[1] В економічній літературі та наукових публікаціях зазвичай управлінський потенціал розглядають як систему, яка має множинну компонентів, внутрішні та зовнішні зв'язки, структуру та функції. Згідно системного підходу управлінський потенціал має наступні характеристики:

- цілісність – складові управлінського потенціалу утворюють єдине ціле та проявляються лише при їх взаємодії;
- ієрархічність – управлінський потенціал має певну підпорядкованість компонентів та підсистем, тобто має певні рівні супідрядності;
- структурність – управлінський потенціал проявляється в закономірних особливостях зв'язків між його структурними елементами;
- функціональність – кожен елемент або підсистема управлінського потенціалу має визначені функції у загальній системі;
- самоорганізація – управлінський потенціал це динамічна система, котра може підтримувати, відтворювати або удосконалювати свою організацію під дією внутрішніх або зовнішніх факторів;
- цілеспрямованість – проявляється в здатності слідувати поставленим цілям;
- взаємозв'язок з зовнішнім середовищем – управлінський потенціал не є самодостатньою системою, тому повинен постійно змінюватися відповідно до змін зовнішніх факторів.

Таким чином, виявлення специфіки та структури управлінського потенціалу підприємства на основі системного підходу, з урахуванням особливостей взаємодії та впливів внутрішнього та зовнішнього середовищ дозволяє дослідити складну сутність процесу його формування та складові.

Література:

1. Конспект лекцій з дисципліни "Основи наукових досліджень" : для студ. усіх форм навчання за спец. 071 – Облік і оподаткування / уклад. Н. Ю. Єршова ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – с. 28-30 - Режим доступу: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/35796>.

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОСНОВА ДЛЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Марчук Л.С.

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

З кожним роком все більше уваги приділяється питанням, котрі стосуються розвитку інновацій та науково-технічних розробок. Адже роль науки нині є актуальною і набуває загальносвітового значення, так як має вплив на технологічну та соціально-економічну діяльність країни. За роки незалежності інноваційний стан України зазнавав суттєвих змін. Наприклад, в 2014 році серед країн Європейського союзу за напрямом «Людські ресурси» - Україна випередила Туреччину, Латвію, Грецію, Люксембург та низку інших країн. Далі ситуація погіршувалася, але європейські аналітики стверджують, що Україна має високий рівень інтелектуального потенціалу і освіченості в цілому[1].

Таблиця 1 – Кількість працівників, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок України за категоріями

рік	Кількість працівників - усього	У тому числі (осіб)				
		з них мають науковий ступінь		дослідники	техніки	допоміжний персонал
		доктора наук	доктора філософії (кандидата наук)			
2010 ¹	182484	11974	46685	133744	20113	28627
2011 ¹	175330	11677	46321	130403	17260	27667
2012 ¹	164340	11172	42050	122106	15509	26725
2013 ¹	155386	11155	41196	115806	14209	25371
2014 ^{1,3}	136123	9983	37082	101440	12299	22384
2015 ^{1,3}	122504	9571	32849	90249	11178	21077
2016 ^{2,3}	97912	7091	20208	63694	10000	24218
2017 ^{2,3}	94274	6942	19219	59392	9144	25738

¹ Дані за 2010-2015 роки включають постійних та тимчасових працівників (сумісників та осіб, які працюють за договорами цивільно-правового характеру, включаючи науково-педагогічних працівників). ² Дані за 2016 рік наведено без урахування науково-педагогічних працівників, які не виконували наукові дослідження і розробки. ³ Дані наведені без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції[2].

Проведений аналіз свідчить про те, що Україні необхідна вдала інноваційна політика, яка забезпечить структурні зміни в економіці та науці, при цьому закріпить сильні позиції в конкурентній боротьбі стосовно інноваційного розвитку на міжнародному рівні[3].

Література:

1. Innovation Union Scoreboard 2015.

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/ius/ius-2015_en.pdf.

2. Державна служба статистики України. <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Гузенко Г.М. / Інтелектуальний потенціал як основа розвитку економіки знань // «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»: 2013. – С. 296–297.

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НОВОГО РИНКУ ЕЛЕКТРИЧНОЇ ЕНЕРГІЇ

Масюкова Л.О., Ларка Л.С.

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

Економічна безпека підприємства – це запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам (загрозам) з метою гарантування його ефективного і стабільного функціонування та динамічного соціального розвитку. В сучасних умовах нестабільності економіки України вітчизняні підприємства функціонують в умовах ризику та невизначеності, що може негативно вплинути на їх фінансовий стан та результати діяльності і в подальшому призвести до банкрутства [1].

На економічну безпеку підприємств впливають: ступінь досконалості законодавчої бази, інвестиційна привабливість галузі, регіону та держави, система оподаткування та доступ на міжнародні ринки збуту.

Великий вплив на економічну безпеку підприємств, що виробляють електричну енергію (ТЕС, ТЕЦ, ГЕС, ГАЕС, АЕС, СЕС, ВЕС) спричиняє впровадження нового ринку електричної енергії, згідно Закону України «Про ринок електричної енергії» від 13 квітня 2017 року [2].

Метою нового ринку електричної енергії є посилення конкуренції у галузі електроенергетики, забезпечення споживачів правом вільно обирати постачальника електроенергії, ліквідація штучних монополій виробників та споживачів у галузі. Також передбачено створення балансуєчого ринку та ринку допоміжних послуг, необхідного для забезпечення резерву виробництва електричної енергії та покриття можливих небалансів у системі.

Для підприємств-виробників електричної енергії цими змінами у Законодавстві України забезпечується можливість виходу на Європейський ринок, привабливість інвестування у галузь та усунення передумов для зростання дебіторської заборгованості.

Для підприємств-споживачів ці зміни забезпечують прозорість формування тарифів, можливість вільно обирати постачальника електроенергії та зменшення кількості посередників у процесі придбання електроенергії.

Таким чином, перехід на новий ринок електричної енергії в Україні забезпечує підприємствам-виробникам та підприємствам-споживачам електроенергії посилення економічної безпеки та відкриває нові перспективи у галузі.

Література:

1. Ларка Л.С. Економічна безпека як індикатор якості економічного управління підприємством / Л.С. Ларка, А. О. Маркіна, А. С. Мещерякова // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). – Харків: НТУ «ХПІ». – 2018. – № 19 (1295). – С. 72–79.

2. Закон України «Про ринок електричної енергії» від 13 квітня 2017 року, (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2017, № 27–28, ст. 312). Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2019-19>

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Матвієнко-Біляєва Г.Л.

*Харківський національний економічний університет
ім. С. Кузнеця, м. Харків*

В сучасній економіці ключовим поняттям при вивченні й оцінюванні діяльності будь-якого підприємства є конкурентоспроможність. Поняття конкурентоспроможності підприємства містить у собі великий комплекс економічних характеристик, які визначають стан підприємства на ринку.

Дослідження конкурентоспроможності підприємства в умовах економічної ситуації, яка склалась в Україні, дає змогу розглядати її як комплексну характеристику потенціальних можливостей забезпечення конкурентних переваг в перспективі. Джерелами конкурентних переваг є організаційно-технологічна і соціально-економічна база підприємства, вміння аналізувати та своєчасно здійснювати заходи щодо укріплення конкурентних переваг.

Низький рівень конкурентоспроможності продукції може виникати внаслідок [1]: фізичного і морального зносу основних засобів і технологій; низьких темпів науково-технічного прогресу; відсутності матеріальних стимулів і мотивації до підвищення якості продукції та розширення її асортименту; впровадження міжнародних умов стандартів, які не підійшли багатьом підприємствам; недооцінки товаровиробників великого значення випуску екологічно чистих продуктів харчування.

Щоб конкурувати на сучасному ринку потрібно постійно вдосконалюватися. Необхідно приділяти увагу головним трьома напрямкам підвищення конкурентоспроможності продукції: технічному, організаційному та соціально-економічному [2]: використання досягнень науки та техніки в процесі проектування; технологічної дисципліни; забезпечення необхідної оснащеності виробництва; удосконалення стандартів та технічних умов, що застосовуються, сертифікація продукції; впровадження сучасних форм та методів організації та управління виробництвом; удосконалення методів контролю та самоконтролю на всіх стадіях виготовлення продукції; розширення прямих господарських зв'язків між виробниками та споживачами; Узагальнення та використання провідного вітчизняного та зарубіжного досвіду щодо підвищення якості та конкурентоспроможності продукції; застосування узгодженої системи прогнозування та планування необхідного рівня якості виробів; встановлення прийнятих для виробників та споживачів цін на продукцію; використання належної мотивації праці всіх категорій персоналу; всебічна активізація людського чинника та проведення кадрової політики, яка адаптована до ринкових умов господарювання.

Література:

1. Альхасан А. Повышение конкурентоспособности продукции на предприятии // Молодой ученый. – 2012. – №8. – С. 69-75.
2. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика. Монографія / Н. П. Тарнавська. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 570 с.

СТРАТЕГІЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ НА ГЕОПОЛІТИЧНІЙ АРЕНІ СВІТУ

Матросова В.О.

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

В роботі розглянуто питання проблем незалежної України як суб'єкта міжнародних відносин щодо самореалізації на міжнародній арені. Географічний фактор зовнішньополітичної стратегії є підґрунтям міжнародних відносин та визначає просторовий вимір реалізації політичних, економічних, соціальних та безпекових інтересів України в контексті зміни стратегічного курсу та основних торгових партнерів, що викликало перманентні негативні тренди в динаміці багатьох економічних показників та торгового балансу зокрема.

Предметом роботи є розгляд питань пов'язаних з аналізом геополітичної стратегії зовнішньої торгівлі України за умов трансформації векторів торгових та політичних відносин. Досліджено вплив тенденцій і торгового потенціалу України та окремих регіонів на перспективи міжнародних відносин України та її наближення до сталого тренду активного торгового балансу. Запропоновано пріоритетні напрямки розвитку геополітичної стратегії зовнішньої торгівлі.

Україна станом на 2019 рік пододала основні ризики та шоки, пов'язані зі зміною геополітичної стратегії, побудовою нової структури міжнародних економічних відносин, переорієнтацією виробництва і зовнішньої торгівлі в Україні. Угода про Асоціацію між Україною та ЄС змінила напрямки зовнішньої торгівлі України. Значно скоротився зовнішній товарообіг з країнами СНД, проте країни Європи та Азії отримали більшу частку в експорті та імпорті України, однак загальні обсяги показників зовнішньої торгівлі значно зменшились внаслідок кризових явищ, що виникли в українській економіці з 2014 року.

Основні зміни торкнулися високотехнологічних галузей, а саме військової, авіаційної та аерокосмічної. На даний час Україна втратила позиції в експорті продукції даних галузей, оскільки зруйновані виробничі зв'язки та торгові відносини. Сегмент високотехнологічного виробництва потребує значної державної уваги, кредитної, податкової та інвестиційної підтримки, що зміцнить позиції даних галузей на міжнародних ринках та матиме значний вплив на побудову архітектури міжнародних економічних відносин та зовнішньої торгівлі. Важливим на шляху євроінтеграції, розвитку зони вільної торгівлі України – не ступити на шлях деіндустріалізації, використовувати конкурентні позиції України не тільки природного та кліматичного характеру, а також у сфері науки та високотехнологічної продукції. Держава та великий бізнес повинні об'єднатися на рівні вирішення внутрішніх виробничих проблем та зовнішньої роботи із просування нашої продукції на рівні посольств та торгових представництв у різних країнах заради збереження високотехнологічного експортного потенціалу України, розширення географічної диверсифікації зовнішньої торгівлі та розширенню товарної структури.

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

Мацук В.М., Відцанко І.А., Косовський Я.Б.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

На ефективність діяльності суб'єктів підприємництва на ринку харчових продуктів найбільш вагомо впливають такі фактори: А) наявність маркування за міжнародними стандартами якості; В) відповідність продукції міжнародним стандартам якості; С) глибина запровадження системи контролю якості, а саме НАССР; D) рівень диверсифікації підприємства на споживчих ринках; Е) територіальне розташування виробничих потужностей підприємства; F) рівень технічного устаткування; досвід та інтелектуальний потенціал підприємства; G) законодавча база; рівень менеджменту на підприємстві; Н) система постачання ресурсами; J) інформаційно-комунікаційна система; К) рівень креативного розвитку. У результаті проведеного у 2018 році експертного дослідження можна підсумувати, що оцінки, виставлені факторам, характеризуються високою кореляцією. Це говорить, що експерти погоджуються в оцінці їх вагомості. Найважливішими виявились чинники А та Е. Ці фактори мають найвищий рівень важливості при дослідженні поведінки суб'єктів підприємництва на ринку харчових продуктів. Варто зауважити, що інші враховані фактори є також важливими, коефіцієнти вагомості для них є значно вищими за 8 %. Тобто, хоча, респонденти обрали декілька найбільш важливих чинників, все ж інші фактори, вони також розглядають, які такі що мають бути враховані при проведенні аналізування діяльності суб'єктів підприємництва на ринку харчових продуктів. Важливим є те, що чинникам зовнішнього середовища експерти надали лише 18 % вагомості. Це свідчить про те, що підприємства є успішними передусім завдяки власним внутрішнім можливостям. Протягом років незалежності відбувається перехід від централізовано керованої форми державного регулювання економіки до ринкової. Принцип «laissez-faire» так і не був запроваджений у повній мірі, оскільки законодавча база часто переглядається, змінюються вимоги до звітності, змінюється фіскальна політика. Це може свідчити про низький рівень інвестиційної привабливості України. Проте, все ж думка експертів говорить, що внутрішнє середовище підприємства є більш вагомим для його успіху ніж зовнішнє. Це говорить про те, що досвід підприємства, його репутація, система менеджменту, використання міжнародного маркування, запровадження сучасних систем контролю якості продукції є вирішальними чинниками успішності підприємства, яке працює у сфері харчових продуктів. Варто зазначити, що експерти також наділили територіальне розміщення високим рівнем вагомості, це говорить про те, що підприємства такого типу прив'язані географічно до ринків постачання і збуту. Прикладом цього можуть служити кластер туризму в Кам'янці-Подільському, розвиток якого сприяє становлення дрібного підприємництва у сфері харчових технологій в регіоні. В результаті опитування експертів можна також підсумувати, що в цілому сучасна вітчизняна модель ведення бізнесу у досліджуваній галузі знаходиться на етапі формування.

ПІДПРИЄМНИЦТВО НА РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ: МЕТОДИ І КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Мацук В.М., Гуйдаш Х.А., Лійко В.Ю.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Процес оцінювання діяльності підприємств харчової промисловості можна розділити на декілька етапів, протягом яких відбувається формування переліку показників, які необхідні для оцінювання діяльності підприємства. Розрахунок значень цих показників не завжди дає змогу відповісти на питання чи доцільним є прийняти те чи інше управлінське рішення, бо чимало з них не мають нормативних значень, тому спрямовані на максимізацію або мінімізацію. Результати аналізу можна вважати сприятливими або несприятливими тільки за умови дослідження значень цих показників у динаміці. Проте для більш повного дослідження необхідним є проведення також перспективного аналізу та врахування хаотичності розподілу динамічних рядів даних значень обраних індикаторів.

Прив'язувати дослідження стану підприємства до готових систем показників не варто, оскільки вони є результатом абстрагування та узагальнення і можуть не відповідати вимогам певних нестандартних процесів, що мають місце на багатьох підприємствах. Більше того, звичну систему показників варто також доповнити новими показниками, які дають змогу врахування деякі особливості діяльності досліджуваного підприємства. До таких показників, можуть бути відгуки клієнтів, відвідуваність інтернет-сторінок підприємства, активність в соціальних мережах, зміна структури споживачів тощо. Всі ці індикатори не включаються у стандартні системи оцінювання підприємств, проте мають бути враховані, оскільки дають більш повну інформацію про те, які управлінські рішення має прийняти керівництво на тому чи іншому етапі розвитку підприємства.

Найбільш вагомим є етап аналізу показників, оскільки він включає глибокий ретроспективний аналіз діяльності підприємства та визначення того, наскільки поточні результати корелюють із минулими. Це дає більш повну інформацію про рівень врахування отриманого досвіду, вплив репутації підприємства тощо. Крім цього, це дає змогу відповісти на питання про загальний рівень його стабільності. При проведенні такого дослідження можна скористатись моделями ARCH і GARCH, які дають змогу провести глибокий ретроспективний аналіз динаміки дисперсії. Крім цього, критеріями для перевірки внутрішніх і зовнішніх процесів можуть виступати статистичні критерії «2», «3» та «6 сигма», на основі яких можливим є сказати чи відхилення динаміки досліджуваного показника є загрозливими і такими що можуть деструктивно вплинути на стан підприємства. Варто зауважити, що на основі пропонованих моделей варто зробити однозначний висновок, який передбачає виокремлення єдиного критерію, що дає відповідь на питання – чи підприємство є стабільним у відповідності до обраних для аналізу показників.

ПЕРСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА НА РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

Мацук В.М., Денисюк Д.С., Підгайна В.І.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Аналізування зовнішнього середовища підприємницького середовища на ринку харчових продуктів можна здійснити шляхом отримання регресійних залежностей між показниками внутрішнього стану та зовнішнього середовища. Прогноз поведінки зовнішніх індикаторів може дати відповідь на питання про наявність потенціалу для підприємства у поточному середовищі його функціонування. Це дозволяє зрозуміти, яке управлінське рішення є коректним, зміна ринків чи інвестування у розвиток наявних ринків. Крім цього це дає відповідь на те, яким чином зовнішнє середовище впливає на внутрішній стан підприємства. У результаті проведення аналізу за чотирма наведеними складовими, можливим є висунути такі припущення про таке: 1) внутрішній стан підприємства (стабільний/нестабільний, перспективний/не перспективний); 2) вплив зовнішнього середовища на підприємство (сприятливий/не сприятливий).

Якщо розглядати кожен із сегментів окремо, то можна відзначити, що кожен із них характеризується певними особливостями та дає змогу прийняти рішення щодо подальшої діяльності підприємства. Детальна характеристика кожного із сегментів є наступною: 1. Сегмент I. Підприємство характеризується високим рівнем стабільності та потенціалом. Враховуючи сприятливий вплив зовнішнього середовища на стан підприємства, можна відзначити, що воно може реалізовувати стратегію диверсифікації та виходу на нові ринки, агресивного проникнення у вузькоспеціалізовані галузі чи вертикального поглинання партнерів і постачальників. 2. Сегмент II. Підприємство характеризується певним рівнем нестабільності, проте вплив зовнішнього середовища є сприятливим. Це говорить про необхідність удосконалення виробничих процесів, оновлення устаткування, запровадження новітніх технологій організації виробничої логістики тощо. Ймовірно, необхідним є зміна системи або структури менеджменту. Інколи підприємства, у цьому сегменті потребують інвестицій на запровадження нових систем контролю якості, приведення продукції до відповідної системи стандартизації тощо. Вони часто є монополістами, оскільки працюють в нішах, які не можуть зайняти інші гравці. 3. Сегмент III. Підприємства у цьому сегменті характеризуються високим рівнем внутрішньої стабільності, проте зовнішнє середовище несприятливо впливає на них. Така ситуація може скластись тоді, коли галузь є високо концентрованою або із загостреною конкуренцією. 4. Сегмент IV. Підприємств у цьому сегменті характеризуються високим рівнем нестабільності, та несприятливим впливом зовнішнього середовища. Раціональною стратегією для такого типу підприємств є вихід на нові ринки, пошук нових ніш, інвестиції в оновлення виробничих процесів, удосконалення системи стандартизації та контролю якості, удосконалення системи менеджменту тощо.

ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ОЦІНКИ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ

Мащенко М.А.

*Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця,
м. Харків*

Обґрунтовано, що трансформація соціально-економічної структури України призвела до змін в механізмах підприємств і управління ними. На сьогоднішній день забезпечення соціально-еколого-економічної безпеки є важливим питанням.

На даному етапі для економічної оцінки природних ресурсів використовуються такі методи:

- витратний підхід до економічної оцінки природних факторів;
- результатний підхід до економічної оцінки природних факторів.

Методологія оцінки, заснована на соціологічних дослідженнях і моделюванні сурогатних ринків, може бути використана для оцінки вартості природних товарів і ресурсів, які не мають ринкової ціни.

Ці оцінки визначаються за допомогою визначення:

споживчих переваг людей;

додаткових переваг споживачів;

ринкових цін на товари та послуги, шляхом заміни оцінюваних ресурсів на споживчу власність.

При економічному аналізі оцінки впливу на навколишнє середовище існує більша ймовірність недообліку й внаслідок цього недооцінки певних екологічних благ і екологічних витрат, пов'язаних із проектом.

У цьому випадку використовуються високоякісні методи оцінки та використовується метод економічної ефективності.

Недоліком екологічних витрат можуть бути негативні наслідки, які слід враховувати при розгляді природоохоронних заходів, включаючи страхування від нещасних випадків та ризик аварії.

Слід зазначити, що існує багато методів і методик оцінки вартості природних товарів, ресурсів та екологічних функцій, що виконуються ними на сучасному етапі.

Більшість цих методів існує не у формі нормативних документів, стандартів, а у формі рекомендацій, запропонованих або прийнятих міжнародними фінансовими установами.

Багато з цих документів покликані покращити оцінку економічних і фінансових інструментів і є описом визнаних міжнародних практик.

Ці документи дозволяють вибирати гнучкий метод розрахунку, який підходить для оцінки впливу та застосовності певних видів впливу, наявності інформації про ресурси, часу аналізу та наявних фінансових ресурсів.

Для оцінки зміни стану середовища можуть використовуватися підходи, засновані:

на аналізі «витрати-вигоди»;

на аналізі «витрати-ефективність».

ОРГАНІЗАЦІЯ КОНТРОЛЬНОГО ПРОЦЕСУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Мелень О.В.

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

Контроль завжди вважався і вважається найважливішою ланкою системи управління підприємством, хоча його функції значно розширилися за рахунок нових об'єктів контролю. За допомогою контролю відслідковується фактичний стан справ на підприємстві, виявляються причини різних відхилень від нормальних умов діяльності та невикористані резерви, аналізуються ризикові операції, жорстко контролюються трансакції та трансакційні витрати.

На сьогоднішній день більшість підприємств України намагаються сформуванати дієву систему внутрішнього контролю, яка буде органічно пов'язана з управлінською структурою підприємства. Практичний досвід показує, що на підприємствах поняття системи внутрішнього контролю ототожнюється з поняттям системи внутрішнього аудиту.

Внутрішній контроль представляє собою комплекс заходів і процедур, організованих керівництвом підприємства для того, щоб забезпечити достовірність показників обліку (управлінського, оперативного, бухгалтерського), запобігти їх спотворенню і неправомірним діям, а також сприяти прийняттю найбільш оптимальних управлінських рішень.

Організація внутрішнього контролю підприємств ставить перед керівництвом такі завдання, як: надання користувачам достовірної, оперативної й неупередженої інформації про об'єкти та процеси; здійснювання перевірки планових і фактичних показників, бюджетів та своєчасного виявлення відхилення з усуненням чинників, які перешкоджають діяльності підприємства; встановлення економічної ефективності формування і використання ресурсів підприємства. Ефективність організації системи внутрішнього контролю полягає в її направленості на взаємозв'язок «об'єкт - суб'єкт» і «суб'єкт - суб'єкт».

Правильно організована система внутрішнього контролю сприяє поліпшенню якості організації бухгалтерського обліку економічного суб'єкта, що позитивно впливає на розвиток бізнесу і залучає інвестиції; з'являються нові можливості розвитку підприємства в зв'язку з наявністю налагодженої і контрольованої системи фінансового підрозділу економічного суб'єкта; підвищення ефективності роботи філій і структурних підрозділів у зв'язку з наглядом за їх діяльністю власниками підприємства і топ-менеджерами [1, с. 374].

Система внутрішнього контролю на підприємстві забезпечує надійність фінансової інформації та знижує ризики прийняття помилкових рішень. Для приведення системи в дію необхідно визначити істотні ризики, розробити регламентні процедури, а також коригувальні дії, які зможуть виправити ситуацію.

Література:

1 Жигун Л.А. Менеджмент: современные основы организации контроля на предприятии / Л. А. Жигун. – Ростов н/Д : Феникс, 2007. – 469 с.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ АНАЛІЗУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Мельник М.М.

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

В роботі обґрунтовано, що в сучасних умовах господарювання, які характеризуються ризиковістю, невизначеністю зовнішнього середовища, підвищенням конкуренції аналітична діяльність визначає ефективність формування актуальної інформації для цілей управління.

Основні засоби є одним з найважливіших об'єктів обліку та аналізу на підприємств. Питання удосконалення обліково-аналітичного забезпечення управління основними засобами підприємств в довгостроковій й перспективі досліджено в роботі Н.Ю. Єршової [1]. Розрахунок показників ефективності використання основних засобів за фінансовою звітністю НП(С)БО України представлено в роботі Т.Ю. Чайки [2].

Проведене дослідження проблем аналізу основних засобів підприємств довело, що на сьогодні є актуальним формування дієвої інформаційно-аналітичної системи, яка спрямована на встановлення взаємозв'язку і взаємодії її складових елементів. З позиції сьогодення досягнення ефективного управління підприємством в довгостроковій перспективі можливо за умов забезпечення процесу безперервного цілеспрямованого збору, накопичення, обробки і аналізу інформації, необхідної для управління основними засобами. Це особливо важливо з урахуванням оцінки ресурсного потенціалу, який є необхідною умовою стратегічного розвитку підприємства.

Ресурсний потенціал підприємства являє собою складну систему, що об'єднує основні засоби, технологію, інформацію, трудові та енергетичні ресурси, які знаходяться в розпорядженні підприємства і необхідні для здійснення виробничої діяльності. В такому аспекті аналітична інформація про основні засоби надає можливість менеджерам оцінити: реальні можливості підприємства в той чи іншій сфері економічної діяльності; наявність ресурсів виробництва і резервів, як залучених, так і не залучених у виробництво; можливість залучення ресурсів до створення продукції, товарів і послуг з метою отримання максимального прибутку.

Література:

1. Єршова Н.Ю. Удосконалення обліково-аналітичного забезпечення управління основними засобами підприємств: стратегічний аспект / Н.Ю. Єршова // «Економіка та суспільство». [Електронне фахове видання]. – №14. – 2018. – Режим доступу: <http://rev.kpu.zp.ua/vypusk>
2. Чайка Т. Ю. Розрахунок фондівдачі за фінансовою звітністю НП(С)БО України та сучасні тенденції її оцінки і аналізу [Електронний ресурс] / Т. Ю. Чайка, С.Є. Лошакова, О.Ю. Калашнік // Ефективна економіка : електрон. наук. фахове вид. – 2018. – № 5. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2018/33

СТРАТЕГІЧНІ АЛЬТЕРНАТИВИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ¹

Мельник Ю.М., Сагер Л.Ю., Сигида Л.О.
Сумський державний університет, м. Суми

Процес комерціалізації є складним і тривалим процесом, проте доведення задуму інновації до готової продукції дозволяє підприємству отримати ряд переваг, зокрема, комерційний ефект у вигляді прибутку. Однак, враховуючи те, що інноваційна продукція може набувати різних форм від ідеї до промислового обладнання, споживчої продукції або організаційної інновації, пропонуємо розглянути три способи комерціалізації:

- комерціалізація нульового рівня;
- комерціалізація першого рівня;
- подвійна комерціалізація.

Комерціалізація нульового рівня є найбільш швидким способом отримання прибутку. У цьому випадку об'єктом комерціалізації виступає ідея (задум) інновації, яку автор одразу передає третім особам за винагороду і отримує прибуток.

Комерціалізація першого рівня передбачає використання власних інноваційних розробок (результатів інноваційної діяльності, ідей інновацій) у власній господарській діяльності.

Інноваційна продукція як об'єкт комерціалізації набуває форму процесних або продуктових інновацій, але також може бути реалізована через передачу прав на ці інновації (повну або часткову).

Подвійна комерціалізація передбачає одночасно завершення першого рівня комерціалізації та початок вторинного використання результатів інноваційної діяльності з метою представлення нового інноваційного товару.

Такий спосіб комерціалізації застосовується, як правило, для високого рівня новизни товарів, радикальних інновацій, для розроблення яких використовувалися результати інноваційної діяльності, за які вже було сплачено винагороду і розробник цих інновацій завершив первинний процес комерціалізації.

Враховуючи зазначені вище способи комерціалізації та можливі ринки діяльності (ринок об'єктів інтелектуальної власності, промисловий ринок та товарний ринок) можуть бути запропоновані такі стратегічні альтернативи комерціалізації інноваційної продукції: 1) стратегія наукової комерціалізації; 2) стратегія комерціалізації «відчуження»; 3) стратегія швидкої комерціалізації; 4) стратегія внутрішньої комерціалізації; 5) стратегія дифузної комерціалізації; 6) стратегія глибинної комерціалізації; 7) стратегія розвиваючої комерціалізації; 8) конкурентна стратегія комерціалізації.

Таким чином, успіх процесу комерціалізації інноваційної продукції значною мірою залежить від обраної стратегії, на формування якої впливають як спосіб комерціалізації, так і видів інноваційної продукції як об'єкту комерціалізації.

¹ Робота виконана за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих на виконання науково-дослідної теми «Розроблення механізму комерціалізації інноваційної продукції» (№ ДР 0118U003572)

СПЕЦИФІКА МЕХАНІЗМІВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Мельниченко О.А.

Харківський національний медичний університет, м. Харків

Держава реалізація своїх функцій через відповідні механізми державного регулювання, які за способом впливу поділяються на адміністративні, економічні, інформаційні, організаційні, освітньо-виховні, правові, соціально-психологічні" [1, с. 177]. Водночас, серед науковців продовжують точитись дискусії щодо переліку цих механізмів, їх пріоритетності, особливостей тощо. Більше того, почасти складається враження, що науковці (не кажучи вже про пересічних громадян) не повною мірою розуміють специфіку (призначення, зміст) механізмів державного регулювання. Такі методологічні вади знижують результативність такого впливу та обумовлює актуальність цього дослідження.

Передусім зазначимо, що для спрощення розуміння специфіки механізмів державного регулювання можна використати їх сленгові аналоги. Звісно, такий підхід є ненауковим, але успішно виправдав себе в навчальному процесі, а тому цілком може бути використаний як допоміжний для розвитку методологічного забезпечення цього процесу. При виборі сленгових аналогів слід зважати на спрямованість такого впливу й специфіку засобів, що використовуються, як-от:

– *адміністративні* ("батіг") – передбачають не лише покарання (штрафи, обмеження, попередження, позбавлення пільг ...), скільки погрозу це зробити стосовно порушника, а також закріплює вектор розвитку (розпорядження), обмеження (квоти, ліцензії, стандарти...), повноваження (посадові інструкції);

– *економічні* ("пряник") – заохочення економічних суб'єктів до розвитку (податкові, митні та інші пільги, адресна допомога, субсидії, субвенції...);

– *організаційні* ("корисні зв'язки") – отримання додаткових вигод для "своїх" завдячуючи тим, хто надасть необхідну консультацію, забезпечить лобіювання інтересів, координацію зусиль і ресурсів...;

– *правові* ("паркан") – формування "правил гри", що містять недоліки різного масштабу ("ворота", "хвіртки", "лаз"), через які економічні суб'єкти почасти безкарно порушують чинну законодавчу та нормативно-правову базу;

– *соціально-психологічні* ("совість") – використання засобів впливу (визнання, переконання, похвала...), орієнтованих на задоволення моральних потреб індивіда.

З урахуванням вищевикладеного матеріалу можна зробити висновок, що запропоновані сленгові аналоги дозволяють краще зрозуміти специфіку механізмів державного регулювання. Подальші наукові розвідки мають бути присвячені розробці рекомендацій, спрямованих на підвищення результативності державного регулювання розвитку національної економіки.

Література:

1. Мельниченко О.А. Типологізація механізмів державного регулювання. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку публічного управління в Україні*: матеріали IV всеукр. наук.-практ. конф., 11 жовтня 2012 р. Запоріжжя: Вид-во КПУ, 2012. С. 176–179.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ДОХОДІВ І ВИТРАТ У КОМЕРЦІЙНИХ БАНКАХ

Миколюк К.Є.

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

В роботі розглянуті питання обліку доходів і витрат у комерційних банках. Дослідженню бухгалтерського обліку нарахування доходів та витрат банку присвячені наукові праці таких вчених, як: Ф.Ф. Бутинень, А.М. Герасимович, Л.М. Кіндрацька, Л.В. Нападовська, В.В. Сопко та ін.

Організація бухгалтерського обліку банку має такі складові: у фінансовий облік – згідно з вимогами відповідних нормативних актів НБУ; податковий облік – відповідно до норм чинного законодавства; управлінський облік – з урахуванням потреб внутрішніх користувачів у достовірній, оперативній, повній інформації про діяльність банку, а також установа контролю за приналежним йому майном. Ведення аналітичного й синтетичного обліку в банку регламентується відповідними внутрішніми положеннями. Відповідно до Закону України «Про банки і банківську діяльність» до доходів банку належать доходи, які безпосередньо пов'язані з окремою банківською діяльністю. Небанківські доходи можуть включати інші доходи, які не відносяться до основної діяльності банку, але забезпечують здійснення його діяльності [1]. У бухгалтерському обліку доходи класифікуються за такими відповідними групами: дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг); інші операційні доходи; фінансові доходи та інші доходи [2, 3]. Доходи і витрати комерційного банку вважаються визначеними згідно з принципом нарахування та відповідності. В результаті використання активів банку іншими відповідними сторонами доходи визнаються у вигляді відсотків, роялті та дивідендів. Умовою визнання відсотків і роялті є імовірність отримання банком економічної вигоди, а дивідендів – достовірно оцінений дохід. Доходи і витрати формуються внаслідок руху грошових коштів, який притаманний фінансовим відносинам. Сума доходів є підсумком вхідних грошових потоків банківської установи, а сума витрат – є підсумком її вихідних грошових потоків. Тому доходи і витрати як підсумки вхідних та вихідних грошових потоків формують фінансові результати діяльності комерційного банку [4].

Література:

1. Про банки і банківську діяльність : Закон України від 7 грудня 2000 року № 2121-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>
2. Хворостовська М.В. Визначення особливостей обліку доходів і витрат комерційного банку / М.В. Хворостовська // Управління розвитком. – 2013. – № 1 (141). – С. 25–27
3. Єршова Н.Ю. Дослідження особливостей організації обліку та обліку доходів і витрат у банках / Н.Ю. Єршова, Є.О. Черкасова // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ». Темат. вип. «Технічний прогрес та ефективність виробництва». – 2012. – № 25. – С. 131–139.
4. Правила бухгалтерського обліку доходів і витрат банків України [Електронний ресурс]: постанова Правління Національного банку України від 18.06.2003р. № 255 зі змінами та доповненнями. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0583-03>.

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ФУНКЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Мироненко К.С., Букорос Т.В.

«Одеський національний політехнічний університет», м. Одеса

В роботі розглянуто питання планування зовнішньоекономічної діяльності, важливість визначення місця підприємства в даний момент часу на ринку, та вирішення як може бути використана зовнішньоекономічна діяльність для успішного соціально-економічного розвитку підприємства.

Визначаючи бажані і можливі орієнтири своєї майбутньої діяльності на світовому ринку, підприємства тим самим зменшують можливість непередбачених дій зовнішніх факторів та ступінь ризику пов'язаного з їх діями.

На сьогоднішній день, багато підприємств працюють без прийнятих планів, це пояснюється тим, що ситуація на ринку, а особливо зовнішньому, змінюється дуже швидко і планування приносить мало користі. Для західних країн це пояснюється високою насиченістю та індивідуалізацією споживчого попиту, його різноманітним характером. Ці зміни породжені такими факторами зовнішнього середовища, як виникнення нових технологій, засобів зв'язку, використання інтернет-технологій. Відповідно до цього бізнес також повинен швидко змінюватися.

Для української економіки мінливість середовища, пояснюється насамперед перехідним характером народного господарства, участю нашої країни у світових інтеграційних процесах, лібералізацією зовнішньоекономічної діяльності і, як наслідок, нестабільністю соціально-економічної сфери.

В сучасних конкурентних умовах на світовому ринку значно зростає потреба у плануванні зовнішньоекономічної діяльності. Основною метою стратегічного планування є забезпечення результативної діяльності підприємства протягом тривалого періоду часу. Для цього, перш за все, необхідно в повній мірі враховувати зміни зовнішнього середовища, тобто необхідно передбачити та обмежити можливий вплив на підприємство непередбачених сил, критичних тенденцій з боку оточення.

Як можна побачити із вищенаведеного, стратегічне планування зовнішньоекономічної діяльності визначає вектор руху підприємства. І незважаючи на швидку зміну оточуючого середовища та відповідну дію компанії, виступає найважливішою рушійною силою розвитку підприємства.

Література:

1. Дроздова Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навчальний посібник [Текст] / Г.М. Дроздова. - К. : ЦУЛ, 2002. - 172 с.
2. Коваленко О.М. Інноваційна економіка: теоретичні та практичні аспекти: монографія Вип. 3 / за ред. д.е.н., доц. Коваленко О.М., д.е.н., проф. Є.І. Масленнікова. – Херсон: Грінь Д.С., 2018.
3. Скрипко Т.О. Інноваційний менеджмент: Підручник / Т.О. Скрипко. - К.: Знання, 2011. - 423.

РОЗВИТОК КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Митрофанова Д.О.

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

Слід зазначити, що будь-яка організація, і в першу чергу, орієнтована на успіх, прагне найбільш ефективно використовувати потенціал своїх працівників. Ті організації, що мислять та діють на перспективу, створюють необхідні умови для повної віддачі співробітників на роботі, а також для розвитку їхнього потенціалу, який є одним з ключових елементів підвищення конкурентоспроможності підприємства [1].

Кадровий потенціал – це існуючі сьогодні та передбачувані трудові можливості, які визначаються чисельністю, віковою структурою, професійними, кваліфікаційними та іншими характеристиками персоналу підприємства [2].

Розвиток кадрового потенціалу сприяє зростанню продуктивності праці, що характеризує обсяги випущеної продукції або вироблених послуг на одиницю витрат праці [3]. Зростання продуктивності праці сприяє скороченню часу виробництва й обігу товару, збільшенню маси і норми прибутку [4].

Основою розвитку кадрового потенціалу є провадження сучасних технологій в організацію підбору, відбору, найму персоналу, його ділову оцінку, профорієнтацію і адаптацію, навчання, управління його діловою кар'єрою та службово-професійним просуванням, мотивацією і організацією праці, управління конфліктами і стресами, забезпечення соціального розвитку організації [5].

Література:

1. Кучинський В.А. Складові ефективного управління підприємством і його персоналом в умовах інноваційного розвитку / В.А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 121-124.

2. Кучинський В.А. Визначення напрямків розвитку кадрового потенціалу підприємства / В.А. Кучинський, О.В. Мазенков, І.С. Локтіонова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2014. – № 33 (1076). – С. 148-154.

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

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

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

СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКИХ ВІДНОСИН

¹Мінакова С.М., ²Мінаков В.М.

¹*Чернівецький факультет Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут», м. Чернівці*

²*Одеська державна академія будівництва та архітектури, м. Одеса*

Центральним у системі господарського механізму є економічний механізм, що діє через економічні інтереси як усвідомлені матеріальні потреби людей та складається з комплексу економічних способів, методів, важелів, нормативів, показників, за допомогою яких реалізуються об'єктивні економічні закони.

Там, де є економічна діяльність, там завжди присутня проблема власності. Ринкова економіка не може успішно розвиватися і функціонувати лише при одній формі власності, однією з об'єктивних основ її функціонування є багатокладність економіки, різноманітність форм власності, незалежно від того, на якій формі власності побудовано саме виробництво.

Спеціалізація виробництва і його структуризація за технологічною ознакою скорочує кількість виробничих одиниць і спрощує взаємозв'язок між ними, створює умови для мінімізації виробничих витрат, скорочує виробничий цикл, підвищує його якість та конкурентоспроможність. Одним з напрямів удосконалення ефективності діяльності портового комплексу є максимально можливе спрощення його виробничої структури. Цього спрощення можна досягти шляхом скорочення кількості елементів системи, спрощення зв'язків між ними, а також зростанням стабільності функціонування всієї системи в цілому.

Господарський механізм не може бути розрізненим набором методик і розпоряджень, відірваним від реальних завдань виробництва, які, у свою чергу, визначаються не тільки державним законодавством, а й об'єктивними законами виробництва, у тому числі законом відповідності рівня розвитку інтелектуального та виробничого потенціалу суспільства і характеру суспільно-виробничих і політичних відносин. Тобто це складна суспільна система, для якої характерний досить високий ступінь невизначеності притаманних їй зв'язків і відносин. Це відкрита, здебільшого ймовірна, непостійна система з гнучкими і переважно нестійкими внутрішніми і зовнішніми зв'язками.

Економічний механізм підприємства, з одного боку, має забезпечувати зовнішні зв'язки останнього і створювати відповідні умови отримання доходу. З іншого боку, цей механізм спрямований на розвиток виробничих відносин усередині підприємства.

Суть економічних відносин полягає у взаємодії економічних суб'єктів щодо обміну створеними ними об'єктами вартості. При цьому обмін являє собою основу функціонування економічних відносин, їх форму. А зміст відносин визначається характером економічних інтересів суб'єктів господарювання.

Література:

1. Алькема В.Г. Розвиток мікрологістичних систем та методика його оцінювання / В.Г. Алькема // Науковий журнал «Логістика: теорія та практика» Луцького національного технічного університету. – 2018. – №1 (2). – С. 5-11.
2. Кнэпп Дж. О "пользе" конкуренции. [Электронный ресурс] — Режим доступа к документу: <http://antikotler.ru/index.php?page=privatizatsiya-britanskih-zhd>.
3. Карп І.М. Теоретичні основи мікрологістичної системи / І.М. Карп // Вісник Хмельницького національного університету. – 2017. – №1. – С. 223-227.
4. Katz J.S. Web indicators for complex innovation systems / J.S. Katz, V. Cothey // Research Evaluation. – 2016. – v. 15 (№2). – 83-85 p.
5. Standards of Logistics and Supply Chain Management / European Logistics Association. – 20017. – 15 p.

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ПЛАНУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ЗАРУБІЖНИХ РИНКІВ

Мордовцев О.С., Мордовцев С.М.

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

У сучасних умовах розвитку світового ринку підвищилася значущість маркетингової діяльності при участі в міжнародному бізнесі. Ця обставина пояснюється складною ситуацією у світогосподарській системі, де одночасно проходить інтенсифікація глобалізаційних процесів та активізація економічного розвитку, що значно збільшило ризик участі у міжнародному бізнесі. Таким чином, підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємств на міжнародному рівні – це дуже актуальна проблема, яку можливо вирішити шляхом удосконалення системи планування та розробки комплексу маркетингу з урахуванням особливостей сфери діяльності підприємства.

Запропонована модель планування та розробки комплексу маркетингу для зарубіжного ринку формується на принципі необхідності початкового забезпечення узгодженості ринкових можливостей з результатами маркетингової діяльності з метою встановлення та оцінки власних можливостей з позиції відповідності їх загальним та маркетинговим цілям підприємства на початковому етапі проведення дослідження усього ринку збуту взагалі та кожного окремого сегменту кожної окремої національної економіки зокрема. Крім того, необхідно зауважити, що цей етап розробки комплексу маркетингу є дуже важливим, тому що саме в результаті цього етапу з'являються можливості виявлення привабливих ринкових можливостей та потенційних сегментів, що у свою чергу вимагає проведення додаткового аналізу та оцінки для того, щоб нові потенційні сегменти визначити, як цільові (в сучасних умовах розвитку світогосподарської системи це дуже важливо, тому що практично завжди приходиться вибирати між великою кількістю альтернатив, перш ніж прийняти кінцеве рішення за причиною обмеженості фінансування).

Не менш важливим є процес узгодженості маркетингових цілей з місією та загальною метою підприємства для забезпечення цілеспрямованості його діяльності та чіткої розробки стратегічної направленості функціонування. При цьому необхідно визначити позиції на кожному цільовому ринку з точки зору пріоритетності діяльності. І тільки на етапі, коли вже прийняті рішення відносно власного позиціонування в обмеженому маркетинговому просторі міжнародного рівня, є можливість перейти до безпосереднього планування комплексу міжнародного маркетингу підприємства.

Таким чином, процес планування комплексу маркетингу і розробки його програми має бути часткою планової системи підприємства в цілому. При цьому акцент повинен робитися на те, що програма і план маркетингу є однією з складових системи планування підприємства суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ МАРКЕТИНГОВОЇ АКТИВНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Морохова В.О., Бойко, О.В., Булавчик М.І.

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

Сучасні умови розвитку ринкових відносин зумовлюють необхідність удосконалення методів і підходів до управління підприємством через застосування концепції маркетингу в практичній діяльності. У зв'язку з цим перед аграрними підприємствами постала необхідність формування цілісної, науково обґрунтованої системи управління маркетинговою активністю. Для забезпечення і підтримки маркетингової активності підприємства на належному рівні необхідно мати в своєму розпорядженні організаційно-економічний механізм, який на основі аналізу маркетингових показників дозволить виявити критичні зони і визначити заходи по поліпшенню стану підприємства.

Осовська Г. В. [1] вважає, що як складову частину такого механізму доцільно використовувати систему маркетингового аудиту, яка дозволяє виявити недоліки в системі маркетингу. Заслуговує на увагу також підхід, запропонований Євстратом Д. І. [2], який носить назву аналізу ієрархій і дозволяє кількісно визначити порівняльну важливість критеріїв та субкритеріїв оцінки маркетингової активності, а також враховує специфіку підприємств і сформовану ситуацію на ринку.

Зауважимо, що показники маркетингової активності тісно пов'язані з функціями маркетингу: аналітичною (F1), асортиментною (F2), збутовою (F3), комунікаційною (F4), що складають маркетинговий комплекс [3].

Агропродовольчий сектор має настільки глибоку специфіку, що її неврахування при застосуванні сучасних методик оцінки ефективності маркетингової активності призводить до викривлення результатів. Тому, спираючись на наведений огляд методичних підходів оцінки активності маркетингової діяльності підприємства, вважаємо за доцільне використовувати методичний підхід, що базується на поєднанні кількісних, якісних та соціометричних методів. Поєднати вказані методи варто в такий спосіб: за допомогою соціометричного методу виконується збір даних про рівень організації маркетингу на підприємствах; після обробки отриманого статистичного масиву даних, виконується ранжування результатів по кожному напрямку діяльності, що оцінюється; застосовується бальна оцінка ранжованих даних; результати оцінки доповнюються результатами визначення показників економічної ефективності діяльності підприємства; виконується аналіз результатів оцінок різними методами та формуються обґрунтовані значення оцінюваних показників.

Література:

1. Осовська Г.В. Стратегічний менеджмент / Г.В. Осовська. – Житомир: ЖІТІ, 2003. – 303 с.
2. Євстрат Д.І. Застосування методу аналізу ієрархій для оцінки маркетингової активності торговельних підприємств / Д.І. Євстрат, Ю.І. Кушнерук // Проблеми економіки. – № 2. – 2012. – С. 66-71.
3. Морохова В.О. Маркетинговий аналіз: навч. посібник / В.О. Морохова, О.В. Бойко, Н.В. Герасимяк. – Луцьк: РВВ ЛНТУ, 2011. – 340 с.

ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕОЦІНКИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Надрага В.В.

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

Одним з першочергових завдань кожного суб'єкта господарювання є максимізація прибутку, що залежить від різних факторів. В даному контексті значущою передумовою ефективного функціонування виступає забезпеченість підприємства основними засобами, з урахуванням своєчасної їх оцінки та заміни. Виходячи з цього, обґрунтована та вчасна переоцінка основних засобів, відповідно до темпів техніко-технологічного прогресу й розвитку соціально-економічних систем, є необхідним завданням, яке має належним чином відображатися й в бухгалтерському обліку підприємства.

Проблемам переоцінки основних засобів присвячені роботи таких науковців як: В. Бабіч [1], Н. Ткач [2], В. Палій, В. Сопко, Л. Сук, та інші.

Згідно з П(С)БО 7, проведення переоцінки – це право підприємства, а не обов'язок. Під переоцінкою основних засобів розуміють доведення залишкової вартості основних засобів (далі - ОЗ) до справедливої. Так, при продажу ОЗ важливо не занижити ціну, а продати по ринковій ціні.

Серед переваг проведення переоцінки ОЗ слід назвати: збільшення по- в результаті дооцінки первісної та залишкової вартості ОЗ; зменшення бази для нарахування ПДВ за деякими операціями в результаті зменшення залишкової вартості ОЗ, зменшення амортизованої вартості ОЗ, що зменшує амортизаційні відрахування і собівартість продукції.

До недоліків переоцінки ОЗ належить наступне. Прийняття рішення про переоцінку одного об'єкта вимагає проводити переоцінку всіх об'єктів основних засобів його групи на цю ж дату. Переоцінку об'єктів тієї групи, яка вже була переоцінена, згодом необхідно проводити з такою регулярністю, щоб залишкова вартість цих об'єктів на дату балансу істотно не відрізнялася від їх справедливої вартості. Крім цього, оцінку може проводити тільки суб'єкт оцінної діяльності, тому підприємство не може провести переоцінку ОЗ тільки силами своїх фахівців. Тобто, переоцінка потребуватиме додаткових витрат.

Отже, процедура переоцінки є невід'ємною частиною діяльності щодо управління й використання основних засобів суб'єктом господарювання. Сутність цього процесу полягає у приведенні вартості основних засобів, що фактично склалася в бухгалтерському обліку, до ринкової вартості. При цьому, витрати на переоцінку ОЗ мають бути обґрунтованими, та передбачати у майбутньому відповідні економічні переваги.

Література:

1. Бабіч В.В. Фінансовий облік (облік активів) : навч. посібн. / В.В. Бабіч, С.В. Сагова. – К. : КНЕУ, 2006. – 282 с.
2. Ткач Н.О. Переоцінка основних засобів : нюанси обліку / Н.О. Ткач // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Серія «Економіка». – 2012. – № 2 (58). – С. 197–203.

ПРОБЛЕМИ ПОГЛИБЛЕННЯ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНІВ

Назаренко О.В., Решетняк Н.Б.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

За останні роки децентралізація управління є досить позитивною тенденцією в розвитку економіки. Українські міста, а їх налічується близько 550, реформувати значно легше ніж усю країну. Деякі з міських адміністрацій почали створювати інноваційні осередки розвитку, що мають на меті зупинити руйнівну деіндустріалізацію. Прикладом може бути досвід Вінниці та Львова, де працюють агентства розвитку, які залучають та супроводжують інвестиції, що необхідні конкретним підприємствам регіону. В Івано-Франківську реалізується платформа «Тепле місто», що спрямована на активізацію громадського суспільства на грантовій конкурсній основі щодо покращення життя населення міста. [1] У Харкові активізується діяльність мистецьких галерей, арт-кафе, бібліотек та музеїв при університетах, розвинуто мережу краєзнавчих екскурсій. Але в першу чергу треба зосередити зусилля на інноваціях у проривних напрямках: нано-, біо-, інфо- та когнітивних технологіях, які в Україні найкраще представлені галуззю інформаційних технологій. Саме такий розвиток відповідає переходу світової економіки до шостого технологічного укладу. Шлях розвитку соціальної інфраструктури регіонів можна пов'язати зі стратегією «блакитних океанів» В. Чан Кіма та Рене Моборн. [3] На їх думку, у XXI сторіччі треба позбутися традиційного маркетингового підходу фірм до перемоги над конкурентами. Необхідно будувати вільні ніші – блакитні океани – завдяки креативності регіональних бізнес-проектів.

Прискорення економічного розвитку передбачає зміни в поведінці та стилі життя українців, повернення поваги до людини, її духовності. Такий підхід реалізується у тому числі стимулюванням виконання невеликих проектів. Прикладами слугують підключення до мережі Internet усіх шкіл та запровадження нічних автобусних маршрутів у Львові, велосипедна інфраструктура та муніципальний центр інновацій у Вінниці, підключення всіх сімейних докторів до Internet-мережі у Житомирі тощо. Змінам у громадському суспільстві допомагає фізична та ментальна присутність керівників міст та активістів, які максимально часто спілкуються з населенням, обговорюють хід виконання проектів, що сприяє нарощенню ВВП. Продуктивним було б змагання зі збільшення ВВП між Дніпром, Одесою, Харковом, Львовом та іншими містами. Будувати цивілізоване інвестиційне середовище повинні ті, хто досконало знає та враховує регіональні особливості. Перетворення мають привести до якісних змін в економіці, тільки тоді їх відчує і прийме суспільство.

Література:

1. «Тепле місто» – платформа для ініціатив і синергії між ними URL: <https://warm.if.ua/> (дата звернення 30.01.2019).
2. Моборн Рене, Чан Кім В Стратегія Блакитного Океану. Як створити безхмарний ринковий простір і позбутися конкуренції. – К.: Видав. «Клуб сімейного дозвілля», 2016. – 288 с.

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ

Назарова Т.Ю., Мягкова К.А.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

В роботі розглянуто питання специфіки вітчизняного підприємництва, що зумовлює потребу в освоєнні нових видів продукції, форм організації виробничої діяльності та ринків збуту. Це, в свою чергу, передбачає новаторські рішення в організації виробничих процесів, орієнтованість на нововведення та систематичну і цілеспрямовану інноваційну діяльність підприємств малого бізнесу. Значний вплив на організаційно-економічні відносини малого підприємництва здійснює маркетингове середовище підприємства, в умовах якого воно існує, функціонує і на ситуаційні виклики якого має вчасно та адекватно реагувати. Застосування маркетингу дозволяє малим підприємствам перебудувати свою виробничо-господарську діяльність з урахуванням вимог, які висуває ринок.

Маркетинг для даних об'єктів являє собою комплексну систему організації виробництва і збуту продукції, що ґрунтується на вивченні споживчого попиту і можливостей збуту товарів і послуг підприємства. Управління маркетингом здійснюється через вплив на підконтрольні чинники внутрішнього середовища підприємства, що являють собою систему комплексу маркетингу.

Особливості здійснення маркетингової діяльності в малому виробничому підприємстві можна дослідити при розгляді механізмів та інструментів управління маркетинговою діяльністю, що можуть бути застосовані у малому виробничому підприємстві.

Маркетинговий механізм управління малим виробничим підприємством необхідно розглядати як сукупність принципів, напрямків, управлінських засобів (організаційних, нормативно-правових, економічних) та заходів управлінського впливу даного підприємства на його маркетингову підсистему, спрямованих на задоволення потреб споживачів цільового ринку та підвищення конкурентоспроможності підприємства. Планування і здійснення управлінських рішень конкретизується в розробці маркетингових стратегій і маркетингової політики управління малим виробничим підприємством. В якості інструментарію розробки стратегії і тактики виступає комплекс маркетингу, основні проблеми у регулюванні маркетингу в Україні на рівні держави, а також напрями позитивних зрушень, що вивільняють ресурси та надають нові можливості у діяльності малих виробничих підприємств. Вивчення проблем у сферах нормативно-правового регулювання підприємницької діяльності, дозвільної системи регулювання підприємницької діяльності, саморегулювання маркетингу в Україні дозволило виділити основні стратегічні пріоритети розвитку малих виробничих підприємств в Україні.

СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

Ніколаєва А.М.

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

Ринок фінансових послуг, як важлива складова регіональної фінансової системи, забезпечує виконання важливих функцій економіки регіону. В останні роки в Україні багато робиться для розвитку цього сегменту ринку та його наближення за рівнем організації до розвинених ринків. Проте розвиток вітчизняного ринку фінансових послуг і надалі стримується низкою проблем, пов'язаних з недостатньою ефективністю діяльності фінансового сектора країни, низьким рівнем фінансової грамотності та обізнаності споживачів фінансових послуг щодо особливостей функціонування фінансових установ і можливостей отримання необхідних фінансових послуг, недостатньою довірою населення до діяльності фінансових посередників тощо.

За результатами дослідження встановлено, що у адміністрації регіону завжди є важелі впливу на ситуацію на регіональному ринку фінансових послуг. Такий вплив може здійснюватися у двох напрямках:

1. Адміністративним регулюванням: нагляд за практикою нав'язування додаткових фінансових послуг з боку банків та інших фінансових установ; нагляд за недобросовісною рекламою фінансових послуг, особливо, що стосується умов кредитних продуктів, тощо.

2. Створення стимулів для розвитку регіональної сфери фінансових послуг:

1) створення системи фінансового омбудсмена в регіоні, що є одним з найбільш дієвих методів щодо розвитку ринку фінансових послуг, з одного боку, і захисту споживачів на цьому ринку, з іншого. Фінансовий омбудсмен покликаний допомагати вкладникам і позичальникам, які мають претензії чи прохання до банків, вирішити ці проблеми цивілізованим способом;

2) реалізація Регіональних програм з розвитку фінансової грамотності. Розробка і проведення подібних цільових програм може стосуватися не лише питань, пов'язаних з різними аспектами таких фінансових послуг як кредитування, або розміщення вкладів, а й різних питань, пов'язаних з діяльністю недержавних пенсійних фондів тощо;

3) розвиток інститутів регіональних фондів підтримки підприємництва, що надають поручительства за зобов'язаннями (кредитами) суб'єктів малого і середнього бізнесу;

4) всебічна підтримка інституту кредитних брокерів, існуючих в регіоні, як учасників ринку, що, з одного боку, підвищують фінансову грамотність населення, з іншого боку – допомагають провайдерам, які пропонують якісні фінансові послуги, отримати достатній клієнтський потік.

Створення силами місцевих органів влади фінансово-консультаційного центру за умови достатньої інформованості громадян і підприємців, могло б значно підвищити ефективність ринку фінансових послуг в регіоні за рахунок підвищення фінансової грамотності користувачів фінансових послуг, а також допомогло б у розвитку провайдерам, які надають дійсно якісні фінансові послуги.

ЧИННИКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Новікова А. Є.

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

В умовах глобалізації проблема забезпечення конкурентоспроможності (КС) вітчизняних підприємств є надзвичайно актуальною. Гостро постає ця проблема і для підприємств виноробної галузі.

КС виноробних підприємств залежить від зовнішніх чинників, таких, наприклад, як особливості цільових ринків – рівень споживання вин в Україні є набагато нижчим ніж в інших європейських країнах, наявність високоякісної сировини, державне регулювання і підтримка галузі. КС залежить і від внутрішніх чинників, які знаходяться під контролем менеджменту: якість продукції, ефективність маркетингу, технологічний і інноваційний потенціал підприємства.

Україна вважається перспективною країною для розвитку виноробства з точки зору кліматичних умов. В той же час КС вітчизняної виноробної продукції на світовому ринку є низькою. Так, наприклад, українські ігристі вина конкурують за кордоном лише за ціною, в той час як якість вітчизняного ігристого вина є низькою, що пов'язано з невисокою якістю сировини, яка використовується для виробництва шампанського в Україні.

Взагалі сегмент ігристих вин в Україні можна назвати волатильним на відміну від ринку тихих вин, який після обвалу в 2014 році через політичні обставини поступово зростає. У 2017 році виробництво тихих вин в Україні зросло майже на 1,5% в порівнянні з 2016 роком. Виробництво ігристих вин скоротилося на 24% [1] через падіння попиту на шампанське.

Не тільки на зовнішньому, але й на внутрішньому ринку вітчизняні вина часто програють імпортним. Хоча українські вина значно дешевші, за співвідношенням ціна / якість імпортні вина істотно випереджають українські.

В таких умовах українські виробники мають обирати стратегії, що дозволять їм протистояти глобальній конкуренції. Оскільки проблема якості сировини постає дуже гостро, підприємствам варто розглянути можливість вертикальної інтеграції, тобто самостійного вирощування сировини. Важливими є інноваційна діяльність, покращення існуючих і розробка нових технологій виробництва вина і активізація маркетингової діяльності з метою формування і задоволення попиту на виноробну продукцію на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Література:

1. Обзор рынка вин в Украине [Електронний ресурс] //Marketing.ua - 2018. - Режим доступу: <http://www.marketing-ua.com/articles.php?articleId=5826>

ФІНАНСОВІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Носирєв О.О.

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

Формування фінансової стратегії промислових підприємств передбачає врахування великої кількості різноманітних чинників. Для вибору фінансової стратегії, яка б забезпечила найефективніший результат діяльності підприємства, необхідно передусім визначити можливі види та напрями її розробки. Розробка фінансової стратегії неможлива без урахування специфіки діяльності господарюючого суб'єкта, особливостей формування його дохідної частини та напрямів використання фінансових ресурсів.

Фінансова стратегія є одним із найважливіших видів функціональних стратегій підприємства й спрямована на забезпечення реалізації корпоративної та бізнес-стратегій, визначає систему координованих напрямів перспективного розвитку фінансової діяльності підприємства в умовах невизначеності, підпорядкована до довгострокових цілей, що враховують фінансові інтереси його власників, забезпечують ефективне використання внутрішнього фінансового потенціалу та можливість своєчасної адаптації до зміни умов зовнішнього фінансового середовища.

У сучасних умовах, коли господарську діяльність значної частки промислових підприємств порушено, фінансова система знаходиться на межі кризи, підприємства втрачають фінансову міцність та мають тенденцію до зменшення ліквідності, доцільно реалізовувати один з видів фінансової стратегії, перелічених нижче.

1. Стратегія фінансування формування сталого прискореного розвитку підприємства, зростання масштабів виробництва та реалізації продукції. За цієї стратегії суттєво зростають потреби у додатковому фінансуванні активів підприємства, зокрема необоротних та оборотних.

2. Стратегія фінансування формування збалансованого зростання масштабів виробництва та обсягів залучення необхідних додаткових фінансових ресурсів з точки зору підтримання належного рівня економічної безпеки.

3. Стратегія фінансування стабілізації економічного розвитку та запобігання кризових явищ шляхом заморожування операційної діяльності, скорочення обсягів виробництва та реалізації продукції.

Фінансова стратегія підприємства промислових підприємств повинна бути спрямована на побудову ефективної системи управління фінансами, що сприятиме оптимізації прибутку, зростанню ринкової вартості бізнесу, формуванню оптимальної структури капіталу, щодо прибутковості, середньозваженої вартості та ризикованості, що позитивним чином має вплинути на інвестиційну привабливість промислової галузі економіки.

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В АСПЕКТІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ

Носирєв О.О., Колмикова А.О.

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

Мета управління прибутковістю підприємства зумовлює необхідність пошуку шляхів найефективнішого його формування та оптимального розподілу, що спрямовані на забезпечення сталого розвитку підприємства, підвищення ефективності поточної діяльності та діяльності в перспективі, а також зростання ринкової вартості бізнесу. В макроекономічному розумінні прибутковість визначає можливості фінансування науково-технічного і соціального розвитку в подальшому, а також характеризує ефективність діяльності суб'єктів господарювання.

Управління процесом формування прибутковості підприємства є залежним від ряду чинників, які умовно можна поділити на зовнішні та внутрішні. Зовнішні фактори не залежать від аспектів функціонування підприємства, а підприємство, з свого боку, не може впливати на їхнє виникнення, проте докладає всі зусилля для вчасного реагування на їхній вплив та можливості його нівелювання. Внутрішні фактори безпосередньо залежать від діяльності підприємства

Основними причинами викривлення інформації про прибуток у фінансовій звітності на сьогодні в Україні є податковий тиск, наявність «тіньових» витрат, необхідність представлення результатів діяльності інвесторам і кредиторам. Тому держава як основний регулятор економічних відносин в Україні має вжити всіх заходів для підвищення точності фінансової звітності підприємств, адже прибуток як соціально-економічний показник має прямий вплив на рівень розвитку економіки і якості життя населення. Найактуальнішими в цьому напрямі є заходи, пов'язані з удосконаленням податкового законодавства, підвищенням добробуту громадян країни та детінізацією економіки.

Стратегія управління формуванням прибутку підприємства повинна бути спрямована на максимізацію розміру позитивного фінансового результату через виконання комплексу завдань щодо забезпечення зростання обсягів його діяльності, ефективного управління витратами, підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази, оптимізації складу та структури обігових коштів, підвищення продуктивності праці та системи управління суб'єктом господарювання.

З метою максимізації прибутку промислових підприємств необхідно спрямовувати зусилля на виконання комплексу завдань щодо забезпечення зростання обсягів діяльності, ефективного управління витратами, підвищення ефективності використання технологічної бази, оптимізації складу та структури обігових коштів, підвищення продуктивності праці та системи управління.

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ПРОМИСЛОВОСТІ

Носирев О.О., Шукліна М.Р.

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

Визначення обсягу й структури оборотних активів, джерел їхнього покриття і співвідношення між ними, достатнього для забезпечення довгострокової виробничої та ефективної фінансової діяльності підприємства є цільовою установкою політики управління оборотним капіталом. Політика управління оборотним капіталом повинна забезпечити пошук компромісу між ризиком втрати ліквідності і ефективністю роботи, що зводиться до вирішення таких двох важливих задач як забезпечення платіжоспроможності та прийняттого обсягу, структури й рентабельності активів. Для усіх етапів функціонування підприємства має діяти єдине правило: формуванню оборотних засобів має надаватися цілеспрямований характер з метою задоволення потреби в окремих видах та оптимізації їхнього складу, структури і джерел фінансування для забезпечення умов ефективної діяльності підприємства. У країнах з розвинутою ринковою економікою процес виробництва зупиняється тоді, коли відсутні фінансові джерела формування оборотних засобів підприємства. Від раціонального формування оборотних засобів залежить не тільки платоспроможність підприємства, а й ефективність усієї його господарської діяльності.

У теорії оборотного капіталу використовують різні моделі оптимізації виробничих запасів і грошових коштів підприємств. Модель Уілсона, яку ще називають моделлю економічно обґрунтованого розміру замовлення або основною моделлю управління запасами, полягає у мінімізації поточних витрат, тобто у розрахунку оптимального розміру партії постачання запасів. Оптимальну суму наявних грошових коштів розраховують на основі моделі Баумоля, яка ґрунтується на стабільності грошового потоку, та моделі Міллера–Орра, яка використовується в тих випадках, коли не можна впевнено передбачити грошовий потік. Оскільки модель Баумоля розглядає той ідеальний варіант, коли грошові витрати стабільні і прогнозовані, а насправді таке буває нечасто, то у більшості випадків промислові підприємства для регулювання грошових операцій застосовують модель Міллера-Орра.

Основними напрямками оптимізації управління оборотними засобами можуть бути оптимізація загального обсягу та структури виробничих запасів, мінімізація витрат щодо їхнього обслуговування й зберігання, забезпечення своєчасної інкасації дебіторської заборгованості, розробка кредитної політики відносно до покупців, спрямована на розширення обсягів реалізації продукції, підвищення платоспроможності підприємств за рахунок оптимізації залишків оборотних засобів у грошовій формі та нейтралізації ризиків їхнього використання.

НЕОБХІДНІСТЬ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ

Овсієнко А.І.

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

В сучасних ринкових умовах коли однією з головних задач кожного виробництва є збереження та розширення ринку збуту, основним методом збереження конкурентно спроможності підприємств є інновації. Саме завдяки інноваціям створюються нові або вдосконаленні висококонкурентні товари. Це у свою чергу забезпечує лідерські позиції підприємств на своїх ринках. Про те інновації в певних випадках мають і негативну тенденцію. При виборі компанією на перший вигляд перспективної інновації, яка у дійсності може не тільки не принести необхідних результатів а і навпаки компанія може понести великі збитки. Для того щоб такого не трапилось є необхідним оцінка економічної ефективності інновацій.

Інновація - це впроваджене нововведення, що забезпечує якісне зростання ефективності процесів або продукції, затребуване ринком. Економічна ефективність - досягнення найбільших результатів за найменших затрат. При появі інноваційного проекту наступним важливим етапом є оцінка ефективності цього проекту. Розраховується ефективність за допомогою багатьох показників таких як продуктивність і фондомісткість праці, фондовіддача і фондомісткість продукції, матеріаловіддача і матеріаломісткість продукції, економічна ефективність капітальних вкладень, нової техніки, енергомісткість продукції та ін. Але у різних сферах діяльності підприємств додаються ще певні показники які присутні саме в цих сферах. Це затрудняє можливість визначення ефекту від впровадження інновацій з необхідною ступеню точності і, відповідно, утруднює прийняття найбільш ефективних рішень.

Роблячи підсумок можна сказати, що розрахунок економічної ефективності сучасних інновацій потрібно проводити кожному підприємству для того щоб вберегти себе від зайвих затрат часу, ресурсів та коштів. Це дозволить підприємствам не тільки зберігати свої позиції на ринку а й виходити на нові. Тому є необхідність досліджень для покращення нинішніх методів оцінки ефективності нововведень, які повинні стимулюватись не лише розвиненими підприємствами, а і державою.

ВПЛИВ РЕЛІГІЇ НА ЕКОНОМІКУ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

Однорал О.Б.

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

Економічна система майже в кожній країні залежна від багатьох факторів, як внутрішніх, так і зовнішніх. Не дивлячись на те, що церква позиціонує себе як аполітичну інституцію, певний зв'язок із владою та урядом вона має. Ідеологія не дозволяє втручатися владі у справи релігійних організацій, якщо вона не порушує закону. Так само і духовенство не приймає участі у важливих справах держави. Однак, є ряд факторів, які пов'язують ці два соціальні інститути.

У своїй роботі «Протестантська етика та дух капіталізму» Макс Вебер вивчає явище концентрації Реформації в окремих умовах. Він помітив, що протестантизм розквітає переважно у заможних та економічно розвинутих країнах. На його думку, причиною тому був особливий світогляд, який сприяє великому «економічному раціоналізму» протестантів. В подальшому він також прийшов до висновку, що саме завдяки цим установам та принципам християнського життя протестантські країни і стали успішними.

Україна є мультирелігійною державою, де вільно функціонують різні відгалуження віросповідань. Але більша частина населення сповідує православ'я. Тому саме це духовенство найчастіше залучається до вирішення різних політичних питань, у економічні справи та політичні конфлікти. Озираючись на минуле незалежної України, можна коротко охарактеризувати відношення президентів до церкви. Так, «якщо Л. Кравчук та Л. Кучма переважно обмежувались тенденційними заявами про необхідність зменшити вплив УПЦ МП в Україні, або про "апаратність" її опонентів УПЦ КП, то В. Ющенко був послідовним прихильником створення Єдиної Помісної Православної Церкви, яка б підпорядковувалась безпосередньо Константинополю». [2, с. 316].

Діючий президент П. Порошенко використав можливість отримання для УПЦ автокефалії на свою користь, і залучився підтримкою завдяки цьому великої кількості віруючих людей на президентських виборах 2019 року. Ця подія може суттєво позначитись на економічній ситуації в країні, зміни в якій будуть відчутні для всіх прошарків суспільства.

Література:

1. Панков А.А. Межрегиональный диалог в современной Украине: перспективы и проблемы / А.А.Панков // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. – Харків : Видавн. центр ХНУ ім. В.Н.Каразіна, 2003. – С. 316–321.

ВИКОРИСТАННЯ BLOCKCHAIN-ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГУ

Олініченко К.С.

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

Кілька років тому з'явилась нова технологія блокчейн (blockchain) її швидке розповсюдження та проникнення у більшість бізнес-процесів може в майбутньому сильно вплинути на ІТ, бізнес та маркетинг. Все більше людей бачать в цьому потенціал і поняття «біткоіни» і «криптовалюта» стають побутовими словами. Блокчейн це форма зашифрованої децентралізованої бази даних, яка не піддається віртуальному хакерству. Усі транзакції, які включають в себе біткоіни (або інші криптовалюти) збережені в блоках, які взаємопов'язані - звідки і виходить назва блокчейн. Кожен блок і вся його інформація перевіряються величезною кількістю комп'ютерів, які в той же час вирішують ті ж крипто логічні проблеми і порівнюють результати. Якщо всі комп'ютери в мережі згодні з результатами, інформація вважається перевіреною і зберігається в блокчейн. Технологія блокчейн може бути використана буквально для всього, починаючи від страхових полісів або будь-яким іншим типом покупки. Кожен крок контракту архівується в блокчейн, всі транзакції залишаються незмінними, і регулярно проводиться аудит, що безсумнівно важливо для людей задіяних у фінансовому секторі. Зазвичай для захисту від електронного шахрайства використовується tracking pixel: Java код, що вбудовано в невидимий піксель прямо поруч з посиланням оголошення, який дозволяє рекламодавцеві знати який публішер відповідальний за його клієнтуру, для пропозиції підходящої оплати. Цей процес багато в чому автоматизований і здійснюється за допомогою партнерських програм, рекламних ринків і автоматизованих систем закупівлі. Публішер і рекламодавці зв'язуються за допомогою даних каналів і погоджуються на певну ціну за клік, конверсію, продаж і так далі. При використанні блокчейн такого не треба, так як вся інформація зберігається на всіх комп'ютерах мережі, яка відповідає за сполучення між ними.

Нинішні технології дозволяють таким великим компаніям як Facebook, Twitter і Google збирати інформацію про всі запити користувача пошукової системи, та в реальному часі пропонувати у вигляді реклами (банерної або тизерної) аналогічний пошуку товар. Такий метод збору даних викликав багато невдоволень серед кампаній з точки зору посягання на конфіденційності в Інтернеті. За допомогою технології blockchain маркетингологи можуть не тільки обійтися без інформації від Google і Facebook, але можуть отримати свою інформацію легально і прозоро.

Blockchain потенційно може революціонізувати цифрову рекламу, проте українські рекламодавці обережно ставляться до нових технологій та їх використання у власному бізнесі. Фахівці з маркетингу вважають, що блокчейн дуже ймовірно вирішить проблеми з неефективністю та прозорістю у цифровому ланцюжку поставок медіа. Подальший розвиток технології blockchain спростить взаємозв'язок між користувачами та рекламодавцями.

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ КІННОГО КЛУБУ «ТРОЯ»

Опарій Є.О. Арестова А.Л.

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

В Україні бізнес в сегменті кінноспортивних клубів тільки починає розвиватися. Ринок знаходиться в зародковому стані, а клубів високого рівня, які відповідають загальноєвропейським стандартам, мало. Важливою характеристикою ринку є збільшення частки людей з достатком вище середнього і середнього, які займаються даним видом спорту. Раніше вважалося, що кінноспортивні клуби доступні виключно заможним людям. Так, за останні п'ять років, кількість займаються кінним спортом збільшилася в чотири рази і очікується, що в подальшому приріст буде на досить високому рівні.

Кінний клуб «Троя» вважається одним з перспективних клубів м Харкова, так як має широкий асортимент послуг, вигідне місце розташування та високу якість обслуговування.

У підприємства на правах оренди знаходяться землі, які розташовано в межах Бабаївської селищної ради.

Витрати підприємства складаються з закупівлі сіна, овса, тирси, солі, оплати за електроенергію, вакцинації коней, внутрішнього облаштування, будівництва, ремонту, послуг коваля, послуг охорони, адміністративних витрат, реклами.

Для виживання організації керівництво повинно періодично оцінювати та змінювати цілі організації відповідно до змін у зовнішньому чи внутрішньому середовищі організації.

Прибутковість кінного клубу залежить від багатьох факторів, в залежності від основної направленості та цілей існування. КСРЦ «Троя» є багатопрофільним кінним клубом, що орієнтується на багато послуг.

Література:

1. Власова Є.О., Опарій Є.О. // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»: сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ "ХПИ", 2010. – № 60. – С. 152- 153.

2. Опарій Є.О. Побудова власної інформаційної системи управління фінансами на підприємстві Матеріали XXIV міжнародної науково-практичної конференції “інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я» (MicroCAD-2017)”. – Харків: НТУ „ХПІ”. 2017.

3. Кобелев В.М. Мірошник М.В. Дослідження та оптимізація економічних процесів: Кол. монографія/ За ред. О.В.Манойленко. – Х.: ТОВ «Щедра садиба плюс». – 2013.

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Орехова К.В.

*Харківський навчально-науковий інститут
ДВНЗ «Університет банківської справи», м. Харків*

В Концепції забезпечення національної безпеки від 15 серпня 2012 р. № 569-р [1] зазначено, що значну загрозу в сфері фінансів реального сектору економіки становить невідповідність між активами та зобов'язаннями підприємств. Так дисбаланси у господарській діяльності вітчизняних підприємств та фінансова небезпека виникають як внаслідок реалізації невиваженої стратегії менеджменту у частині взяття ними зобов'язань під впливом зовнішніх факторів.

Однією з системоутворюючих галузей національної економіки України за обсягами виробництва і реалізації продукції є машинобудування, яке забезпечує засобами виробництва інші галузі економіки (паливну, агропромислово, будівельну) та сприяє оновленню та накопиченню капіталу, а також прискоренню науково-технічного прогресу.

Найбільш комплексним та перспективним щодо забезпечення фінансової безпеки підприємства є ресурсно-функціональний підхід. Це пояснюється тим, що функціонування та розвиток машинобудівних підприємств ґрунтується на досягненні рівноваги між експлуатацією існуючих ресурсів та розвитком нових. Існують такі види ресурсів: матеріально-технічні, фінансові, трудові, нормативно-правові, інформаційні.

Функціональний підхід ґрунтується на комплексному досліджуванні основних функцій управління, узгоджене використання яких сприятиме досягненню оперативних, тактичних та стратегічних цілей забезпечення фінансової безпеки машинобудівних підприємств: аналіз, оцінка, планування, прогнозування, організація, регулювання, контроль.

В сучасних умовах господарювання функціонування машинобудівних підприємств в довгостроковій перспективі значною мірою залежить від раціонального виваженого прийняття управлінських рішень та ефективного управління процесом трансформації капіталу (джерел фінансування господарської діяльності) в капітальні блага (матеріальні блага, готову, продукцію, грошові кошти). Вирішення цього завдання для більшості машинобудівних підприємств є складною проблемою у зв'язку з відсутністю чіткого бачення вектору розвитку машинобудівних підприємств та якісно розробленої стратегії управління. Це в результаті призводить до складності орієнтації в конкурентних ринкових умовах та загалом неефективного управління машинобудівними підприємствами.

Література:

1. Концепція забезпечення національної безпеки у фінансовій сфері / Кабінет Міністрів України; Розпорядження від 15 серпня 2012 р. № 569-р. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/569-2012-%D1%80>.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

Орлик О.В.

Одеський національний економічний університет, м. Одеса

Дослідження показали, що в сучасних економічних умовах досить гостро стоїть проблема забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств. Повноцінне та ефективне вирішення задач фінансово-економічної безпеки підприємств, багато в чому залежить від результативності їх господарської діяльності, яку вони здійснюють в умовах невизначеного і конкурентного середовища, під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів.

Фінансово-економічна безпека в цілому досягається діяльністю не тільки у фінансовій сфері підприємства, а й у сполучених з нею сферах. Виходячи з цього, для підвищення рівня фінансово-економічної безпеки, зменшення ступеня впливу загроз і можливих завданих збитків, запобігання погіршенню фінансово-господарського стану підприємств, можна запропонувати наступний комплекс заходів: збільшення прибутку за рахунок ліквідації збиткових виробництв, їх перепрофілювання з розширенням виробництва і реалізації перспективної продукції; продаж надлишкового майна, зниження витрат виробництва; скорочення термінів реалізації продукції та обігу грошових коштів; залучення довгострокових кредитів на освоєння виробництва перспективних видів продукції за умови забезпечення розрахункових термінів їх окупності; своєчасне погашення заборгованості відповідно до черговості; скорочення фіксованих витрат (комунальних платежів, адміністративно-управлінських витрат); для скорочення збитків проводити аналіз за причинами та центрами відповідальності з конкретними заходами щодо ліквідації збитків, встановлення порогу рентабельності (мінімально допустимих обсягів виробництва); мінімізація дебіторської заборгованості за рахунок передоплати замовниками за укладеними договорами, підтримання балансу між дебіторською та кредиторською заборгованістю; диверсифікація виробництва; комплексна механізація та автоматизація виробничих процесів, активне впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій; впровадження нової більш продуктивної техніки; більш активне використання механізмів лізингу та оренди обладнання для оновлення та модернізації технологій; передача в оренду будівель, машин, устаткування по безперспективним виробництвам; більш повне використання наявної робочої сили; зростання продуктивності праці; підвищення рівня оплати праці за рахунок чого можлива зміна вікової структури персоналу; підвищення кваліфікації персоналу; перегляд (уточнення) норм трудових витрат і тарифів; скорочення частки накладних витрат за рахунок скорочення чисельності допоміжного персоналу, працівників, зайнятих на безперспективних виробництвах.

Дотримання перерахованих заходів сприятиме підвищенню рівня фінансово-економічної безпеки на підприємствах та забезпечить можливість тривалого і ефективного ведення бізнесу.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ СТАНУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ ПІДПРИЄМСТВ

Остренко О.В.

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

В роботі розглянуті питання внутрішнього контролю стану виробничих запасів підприємств. Доведено, що виробничі запаси виступають одним з найважливіших елементів здійснення виробничо-господарської діяльності підприємств. За даними Держслужби України, загальна величина запасів підприємств України на 1.01.2018 року збільшена на 245258 млн. грн. Збільшення спостерігається по підприємствам за всіма видами економічної діяльності, але найбільше на підприємствах сільського, лісового та рибного господарства 46275 млн грн., промисловості 66864 млн. грн, оптової та роздрібною торгівлі; ремонту автотранспортних засобів 83771 млн. грн. [1].

Облік виробничих запасів має забезпечувати контроль за своєчасністю поставок, нормами складських запасів, виявлення неврахованих матеріалів, стеження за правильністю використання ресурсів, вчасне надання необхідної інформації для цілей управління. Об'єктами внутрішнього контролю виробничих запасів виробничого підприємства є: кількісне та якісне приймання запасів від постачальників, а також при внутрішньому переміщенні між матеріально відповідальними особами, складами та виробництвом; умови зберігання запасів і закріплення матеріальної відповідальності; норми витрат сировини і матеріалів на виробництво та їх дотримання; МШП, їх використання та цілісність. Первинна документація з обліку запасів досліджується в частині достовірності відображених у ній господарських операцій; бухгалтерський облік та звітність вивчаються в частині достовірності даних щодо залишків та руху виробничих запасів, відображених у них [2, 3].

Для успішного вирішення вказаних завдань на підприємствах рекомендується здійснювати контроль виробничих запасів у певній послідовності, за стадіями господарської діяльності: придбання, виробництво та реалізація [2]. Внутрішньому контролю виробничих запасів властиві такі методичні прийоми як органолептичні, розрахунково-аналітичні та документальні. Ця система методичних прийомів контролю конкретизується процедурами перевірки, пов'язаними з інвентаризацією матеріальних цінностей, контрольними замірами і контрольними запусками використання матеріалів на виробництво, суцільним і вибіркоким спостереженням та службовим розслідуванням.

Література:

1. Держкомстат України/ Режим доступу: URL <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» : Наказ Міністерства фінансів України від 20 жовтня 1999 р. № 246 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://buhgalter911.com/Res/PSBO/PSBO9.aspx>
3. Єршова Н.Ю. Шляхи вдосконалення системи внутрішнього контролю на підприємстві. Вісник ДДФА : Економічні науки : наук.-теор. журн. Дніпропетровськ : ДДФА. 2013. С. 171-176.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ПАСАЖИРСЬКОГО АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ

Остряніна С.В.

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава

На сьогодні діюча маршрутна мережа не є оптимальною і не враховує швидкі зміни транспортних потоків та перспективу розвитку територіальних громад Полтавської області, оскільки формувалась і вдосконалювалась тільки на основі вигідності для перевізників і не завжди враховує інтереси пасажирів. Відсутність об'єктивних даних щодо пасажиропотоків та фактичних об'ємів перевезень призводить до появи нелегальних перевізників, які оперативно займають нові ніші, що призводить до зниження якості та безпечності пасажирських перевезень. Тому, для залучення інвестицій для модернізації парку транспортних засобів регіону для перевезення пасажирів пропонуємо впровадження Програми «Інтелектуальна транспортна система» - основним завданням якої є: підвищення якості послуг та безпеки автобусних перевезень на приміських та міжміських маршрутах; розробка транспортної стратегії Полтавської області; оптимізація існуючої маршрутної мережі; упровадження сучасних технічних засобів для контролю якості послуг пасажирських перевезень; покращення інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади з використанням сучасних телекомунікаційних і інформаційних технологій; надання пасажиром додаткових послуг з використанням сучасних інформаційних технологій; унеможливлення нелегальних пасажирських перевезень, що сприятиме до збільшення податкових надходжень до місцевих бюджетів.

Результатом реалізації запропонованої програми може стати робоча комп'ютерна базова транспортна модель індивідуального та громадського транспорту всіх видів на території всієї зони моделювання та GPS моніторинг транспортних засобів.

Реалізація запропонованої Програми надасть наступні можливості: стимулювання економічного росту територіальних громад за рахунок покращення якості сполучення населених пунктів; забезпечити свободи мобільності людей (в тому числі з обмеженими фізичними можливостями) та у виборі виду транспорту на основі раціональної цінової політики, яка відображає економічну вартість транспорту; створити умови для надання транспортних послуг, які є безпечними і доступними для всіх верств населення; розробити та запровадити системи безготівкових розрахунків за допомогою СМАРТ-карт; вдосконалити порядок проведення конкурсів на автобусних маршрутах з метою забезпечення на міському та приміському маршрутах одного потужного перевізника з відповідною матеріально-технічною базою, відповідального за організацію та безпеку перевезень; оптимізувати мережі маршрутів загального користування та структуру парку на підставі періодичного моніторингу пасажиропотоків; реалізувати проекти зменшення негативного впливу пасажирського транспорту та навколишнє середовище.

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ СУБ'ЄКТІВ МАКРОЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

Пантюхіна Л.О.

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

Обґрунтовано, що станом на сьогоднішній день важливим є вирішення питання пристосування сучасної системи обліку оборотних активів на підприємствах до вимог оптимізації оперативності та достовірності надання інформації для потреб менеджменту з метою раціоналізації управління такими активами та підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання в цілому. Значний внесок в розробку теоретичних основ і методичних підходів до обліково-аналітичного забезпечення управління оборотними активами суб'єктів макроекономічного середовища внесли провідні вчені-економісти: Бутинець Ф.Ф., Завгородній В.П., Івахненко В.М., Линник В.Г., Мних С.В., Нападівська Л.В., Єршова Н.Ю. та ін. [1]. На основі статистичного матеріалу, якій відображає результати діяльності промислових підприємств України, можна сказати, що оборотні активи займають в середньому за 2015-2017 роки майже 56-58% в структурі активів. З них найбільшу частку мають запаси (в середньому 61-65%), дебіторська заборгованість (в середньому 20-25%) незначну частку мають інші оборотні активи та гроші [2]. Раціональне використання оборотних активів на промислових підприємствах – найважливіший чинник підвищення ефективності виробництва, тому теоретичне дослідження категорії оборотних активів, розуміння їхньої сутності, а також питання обліково-аналітичного забезпечення управління оборотними активами мають велике практичне значення. У проведеному дослідженні систематизовано проблеми щодо ефективного використання оборотних активів підприємства, висвітлено сутність оборотних активів як об'єкта аналізу та контролю в історичному аспекті та викладено власний погляд на це питання. Розглянуто підходи до класифікації оборотних активів та джерел їх формування. Досліджено систему показників, що характеризують оборотність оборотних активів. Оскільки оборотні активи багато важать у господарській діяльності підприємства, гостро постає питання про ефективне управління ними, і невід'ємною складовою цього процесу є обліково-аналітичне забезпечення.

Література:

1. Статистика України. Електронний документ: режим доступу http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/oper_new.html
2. Єршова Н.Ю. Методичні аспекти та особливості аудита товарно-матеріальних цінностей підприємства // Труды XV Всеукр. наук.-практ. конф. „Фінансова політика соціально-економічного розвитку регіонів України” – Днепропетровськ : ДДФА. – 2012. – С.114.

РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ І ЙОГО ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ РОЗВИТКУ НАРОДНОГО ГОСПОДАРСТВА КРАЇНИ

Паршина А.С., Гаврись О.О.

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

На даний момент в сучасному світі склались умови, що змушують людство переглянути підходи до споживання ресурсів. Очевидною стає необхідність запровадження ефективних засобів із ресурсозбереження в тому числі із застосуванням важелів ринкової економіки та державного регулювання використання природних ресурсів. Кількість ресурсів обмежена, але при цьому спостерігається залучення у процес виробництва їх неконтрольованої кількості. Відомо, що багато видів природних ресурсів є невідтворюваними, а динаміка споживання в останні десятиріччя свідчить про те, що темпи вичерпання розвіданих запасів цих ресурсів прискорюються. Водночас ускладнюються способи видобутку первинних енергетичних ресурсів: збільшуються глибини видобутку, здійснюється перехід до промислової розробки бідніших родовищ, що веде до подорожчання цих ресурсів на світовому ринку [1].

Основними напрямками ресурсозбереження в Україні можуть бути такі: впровадження ресурсозберігаючої техніки та технології; регулярне проведення аналізу стану ресурсозбереження та ресурсоемності суб'єктів господарювання; використання вторинної сировини і відходів, зниження матеріаломісткості продукції [2]; комплексне використання різних видів ресурсів; стабілізація земельного фонду, відновлення родючості земель; ефективне регулювання лісокористування, активне лісовідновлення, підтримання продуктивності лісів; рекультивація відпрацьованих кар'єрів; збереження рекреаційних ресурсів; раціональне розміщення промислових об'єктів. Вирішення проблеми ресурсозбереження нашої країни сприятиме скороченню залежності від імпорту сировини та енергетичних ресурсів, зменшення внутрішнього та зовнішнього боргу, а також стабілізації економіки і покращення екологічної ситуації. Значних досягнень в ресурсозбереженні можна досягти, якщо ініціатива буде надходити в першу чергу від держави та матиме відповідне закріплення в законодавстві.

Можна зробити висновок що розвиток усіх напрямків ресурсозбереження має носити комплексний характер, що дозволить підвищити ефективність ведення господарства, досягти маловідходного виробничого циклу та зменшити матеріало- та енергомісткість продукції, що в свою чергу зменшить її собівартість, а значить призведе до підвищення рентабельності виробництва.

Література:

1. Кулініч О. М. Сучасні проблеми ресурсоспоживання економіки України в умовах глобальних процесів / О. М. Кулініч // Економіка та держава. – 2011. – № 8. – С. 12-14.
2. Єршова О. О. Ресурсозбереження як альтернативний спосіб господарювання на підприємствах АПК [Електронний ресурс] / О. О. Єршова. // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2013. – № 4. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_4_56

ВДОСКОНАЛЕННЯ НАПРЯМКІВ УПРАВЛІННЯ КОМУНАЛЬНИМИ НЕКОМЕРЦІЙНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Передрій А. Е.Ю.

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

Сучасний стан охорони здоров'я населення є одним із найважливіших напрямів соціальної політики кожної держави і є вагомим індикатором рівня життя населення в цілому, як передумова сталого розвитку суспільства. Право на охорону здоров'я закріплено в Конституції та законах України, інших нормативно-правових документах. Реформування моделі фінансування медичних закладів спеціалізованої та високоспеціалізованої допомоги розпочнеться з 2020 р. До цього часу відбувається реформування системи первинної допомоги та збирається необхідна статистика, щоб втілити зміни на вторинній і третинній ланці.

Щороку обсяг послуг, гарантованих державою, і тарифи будуть затверджуватися Верховною Радою України в рамках Державного бюджету, цей документ матиме назву програма медичних гарантій. Тож перша програма медичних гарантій буде ухвалена на 2020 рік. Усі тарифи будуть обґрунтованими та відкритими. У МОЗ України запевняють, що в рамках гарантованого державою пакета медичних послуг держава покриє 100% вартості лікування, включно з витратними матеріалами і ліками. Перетворення закладу охорони здоров'я (ЗОЗ) у комунальні некомерційні підприємства сприяє збільшенню господарської та фінансової автономії (самостійності) та управлінської гнучкості комунальних закладів охорони здоров'я, формуванню у них стимулів для поліпшення якості медичного обслуговування населення і водночас підвищення економічної ефективності використання активів.

28 грудня 2017, Президент підписав Закон, що дав старт медичній реформі, а Кабмін ухвалив базові документи, які дозволять розпочати системні зміни, зокрема — Положення про Національну службу здоров'я України. Цей документ є ключовим для впровадження реформи фінансування системи охорони здоров'я.

Так відповідно до Концепції реформи фінансування системи охорони здоров'я України, одним із основних стратегічних завдань є перехід до оплати діяльності постачальників медичних послуг на основі конкретних результатів їхньої діяльності. Для вирішення цього завдання необхідно змінити характер відносин між постачальником медичних послуг та їх замовником – відповідним розпорядником бюджетних коштів.

АДМІНІСТРАТИВНІ ВИТРАТИ НА ПІДПРИЄМСТВІ: СУТНІСТЬ ТА ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ

Петрова І.А., Колесніченко А.С.

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

Нестабільність економічного середовища обумовлює необхідність приділення особливої уваги керівництва питанням раціонального розподілу та доцільного спрямування витрат на підприємстві в процесі управління фінансово-господарською діяльністю. Оскільки адміністративні витрати відіграють значущу роль у складі непрямих витрат підприємства, розкриття їх сутності, обліку та аналізу є актуальним завданням системи управління.

Проблема обліку та аналізу адміністративних витрат відображається в працях таких вчених: Г.О. Партин [1], В.В. Сопко [2], П.Л. Сук [3] та інших.

Адміністративні витрати – це загальногосподарські витрати, пов'язані з управлінням та обслуговуванням потреб підприємства. До їх складу входять: витрати на утримання персоналу (заробітна плата, премії); сплата податків та інших обов'язкових платежів, крім тих, що включаються до виробничої собівартості; витрати на утримання та експлуатацію основних засобів та нематеріальних активів (операційна оренда, страхування майна, амортизація, ремонт, комунальні витрати, охорона); витрати на зв'язок; винагороди за професійні послуги (юридичні, аудиторські, з оцінки майна тощо) та інші.

Одним з першочергових заходів щодо зменшення загальних затрат, що в свою чергу призводить до зменшення собівартості продукції, а відповідно, і зростання її конкурентоспроможності на ринку та росту прибутку, є скорочення допоміжного штату: секретарі, рядові бухгалтери, перекладачі, менеджери середньої ланки та ін. Також існує необхідність підвищення загальної продуктивності праці. Окрім цього, важливу роль в зменшенні витрат відіграє технічний прогрес: впровадження нової техніки, комплексна механізація і автоматизація виробничих процесів, вдосконалення технології дозволяють значно знизити адміністративні витрати на ремонт та інші.

Тобто, слід зазначити, що адміністративні витрати безпосередньо не пов'язані з виробничою діяльністю підприємства, але вони значно впливають на його стан та фінансові результати. Зниження адміністративних витрат, що призводить до збільшення операційного прибутку, – одне з ключових завдань в розробці управлінських стратегій суб'єкта господарювання.

Література:

1. Партин Г.О. Управлінський облік: [Навчальний посібник] / Г.О. Партин, А.Г. Загородній. – К. : Знання, 2007. – 303 с.
2. Сопко В.В. Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / В. В. Сопко, В. П. Завгородній. – К. : КНЕУ, 2004. – 412 с.
3. Сук П.Л. Облік витрат, що підлягають розподілу / П.Л. Сук // Бухгалтерія всьільському господарстві. – 2005. – № 12. – С.8–14.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ТА АУДИТУ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ ПРАТ «БАЛАКЛІЙСЬКЕ ХПП»

Петрова Н.О.

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

В роботі розглянуті питання удосконалення обліку і аудиту виробничих запасів підприємства. Обґрунтовано, що станом на сьогоднішній день важливим є вирішення питання пристосування сучасної системи обліку виробничих запасів на підприємствах до вимог оптимізації оперативності та достовірності надання інформації для потреб менеджменту з метою раціоналізації управління такими активами та підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання в цілому. Значний внесок в розробку теоретичних основ і методичних підходів до обліку та аудиту виробничих запасів підприємства внесли провідні вчені-економісти: Бутинець Ф.Ф., Завгородній В.П., Кузьмінський А.М., Линник В.Г., Огійчук М.Ф., Палій В.Ф., Сук Л.К., Ткаченко Н.А., Єршова Н.Ю. та ін. [1-3].

Необхідними передумовами правильної організації обліку запасів на підприємстві є їх оцінка, яка впливає на визначення собівартості продукції. До факторів, які забезпечують правильну та ефективну організацію обліку запасів ПРАТ «Балаклійське ХПП» нами віднесено: раціональна організація складського господарства; правильне групування запасів; розробка норм витрачання запасів. Тому, ми вважаємо, що головними завданнями ефективної організації обліку запасів ПРАТ «Балаклійське ХПП» є: контроль за повнотою оприбуткування запасів та їх зберіганням на різних стадіях їх обробки; правильна оцінка виробничих запасів; контроль за всіма витратами, пов'язаними з придбанням запасів та визначення їх первісної вартості; дотримання методології обліку витрат на виробництво продукції та її калькуляція протягом року; своєчасне документальне оформлення руху запасів; відображення операцій випуску і реалізації готової продукції в регістрах поточного обліку; визначення стану розрахунків з покупцями і замовниками, отримання реальних даних про кількість і якість випущеної продукції. Важливим напрямом удосконалення організації оперативного й складського обліку запасів є раціоналізація форм документів, документообігу й всієї системи оформлення, реєстрації й обробки документів. Розмаїтість форм облікових документів істотно ускладнює роботу з обліку виробничих запасів як на складах, у виробничих підрозділах, так і в бухгалтерії ПРАТ «Балаклійське ХПП».

Література:

1. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський фінансовий облік : Підручник для студ. спец. «Облік і аудит» ВНЗ / Ф. Ф. Бутинець – 5-е вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП «Рута», 2008. – 726 с.
2. Єршова Н.Ю. Методичні аспекти та особливості аудита товарно-матеріальних цінностей підприємства // Труды XV Всеукр. наук.-практ. конф. V Міжнародна науково-практична конференція «Облік, аналіз і аудит: виклики інституціональної економіки» 64 „Фінансова політика соціально-економічного розвитку регіонів України” – Днепропетровськ: ДДФА. – 2012. – С.114.

ОСОБЛИВОСТІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК СКЛАДОВОЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Пивавар І.В.

*Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця,
м. Харків*

Життєдіяльність будь-якої організації можлива лише за рахунок злагодженої роботи її працівників, погляди яких спрямовано в одному напрямі. Успіх же визначається ефективністю їх роботи, правильному баченні корпоративної мети, поточних цілей компанії. Тому, останнім часом питання корпоративної культури, особливо у великих організаціях, дедалі більше привертає увагу теоретиків та практиків управління. Культура виступає тією «невидимою рукою», що спрямовує зусилля цілого колективу організації на шлях досягнення поставлених цілей та особистісного розвитку. До цього слід додати, що нині в умовах глобальної відкритості цінності корпоративної культури виступають як визначальні фактори конкурентоспроможності підприємства чи організації.

Поглиблення ринкових відносин, зміна форм власності, методів управління та кризові процеси в економіці визначають необхідність пошуку нових методів підвищення ефективності діяльності організацій. У сучасних умовах господарювання саме корпоративна сфера діяльності є дуже поширеною, яка динамічно розвивається з кожним роком. Корпоративні утворення сформували окремий сектор економіки, який потребує всебічного аналізу. Особливим об'єктом дослідження виступає процеси формування та ролі корпоративної культури на ефективність діяльності організації. Корпоративна культура є комплексним поняттям.

Науковці виділяють два основних підходи до розуміння сутності корпоративної культури: прагматичний та феноменологічний. З погляду феноменологічного підходу корпоративна культура – явище, яке неможливо формувати та яке має лише опосередкований вплив на ефективність діяльності організації. В центрі уваги прагматичного – можливість свідомого формування корпоративної культури, її важлива роль в процесі управління в цілому.

Корпоративну культуру розглядають як складову організаційної культури підприємства, особлива система, яка охоплює, ієрархію цінностей, які домінують серед працівників та сукупність способів їх реалізації, що переважають на даному етапі розвитку організації. Вона дає змогу розв'язати дві ключові проблеми: встановлення оптимальних зв'язків із зовнішнім середовищем (зовнішня адаптація); сприяти стабільній та продуктивній роботі персоналу на партнерських засадах (внутрішня інтеграція). Завдяки своїм специфічним функціям та спрямованості корпоративна культура може суттєво впливати на трудову поведінку, мотивацію саморозвитку працівників, збагачення чи збіднення (деградацію) трудового потенціалу банку.

Таким чином дослідження ролі корпоративної культури передбачає вивчення документів, спостереження за стилем управління, довірче спілкування із співробітниками на всіх рівнях ієрархії організації.

ЕКОНОМІКА ЗНАНЬ, ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Пиріг С.О.

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

Тенденції, що пов'язані з глобальною інформатизацією суспільства притаманні сучасній економіці країни. В кінці ХХ століття виникло історично нове явище – інформаційна економіка, з її відмінними рисами, пріоритетами і новим типом економічного зростання, яка стала основою для нового етапу розвитку суспільства – економіки знань. В даний час поняття економіка знань використовується для позначення еволюції країн з передовою економікою. Тенденція України до нового типу економічного зростання відбувається з великим відставанням від західних країн, що в деякій мірі пояснюється тривалим перехідним періодом. У зв'язку з цим стоїть найважливіше завдання подолання цього відставання в максимально короткий термін. Від того, наскільки будуть освоєні інформаційні та інноваційні технології, джерелом яких є науково-технічний потенціал країни, прямо залежить успіх майбутньої модернізації економіки.

У кожній країні створюються свої умови для формування економіки знань. Метою формування і розвитку економіки знань в Україні є підвищення якості життя громадян, розвиток економічної, соціально-політичної, культурної та духовної сфер життя населення, вдосконалення системи державного управління на основі використання інформаційних і телекомунікаційних технологій.

Саме людський потенціал є найважливішим чинником реформування держави і суспільства, що прагнуть включитися у світові потоки сучасних технологічних, інфраструктурних, соціально-гуманітарних та інших перетворень. Недооцінка впливу людського розвитку на економічне зростання є ключовою, хоча й не єдиною причиною розриву в розвитку між Україною та іншими країнами. Потенціал розвитку економіки знань в Україні потребує визнання людського розвитку владою на всіх рівнях, як кінцевою, так і ключовою метою. Тому інвестиції в людину, що включають витрати на освіту і професійне навчання, охорону здоров'я і підтримку трудової та соціальної активності людей, інші соціальні витрати повинні набувати значного значення.

Економіка знань – економіка, в якому знання відіграють вирішальну роль, а їх виробництво стає джерелом економічного зростання і конкурентоспроможності. Розвиток економіки знань залежить від освіти, а формування нової економіки є результатом розвитку нових знань, де знання стають провідним фактором виробництва. Перспективи економічного розвитку країни залежать, насамперед, від освіти. Саме людина, її інтелект повинні займати центральне місце в розвитку економіки знань, а розвиток економіки знань буде впливати на економічний рівень регіонів України.

Література:

1. Schumpeter J.A. The Theory of Economic Development. Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press, 1934. – 255 p.
2. Stigler G. The Economics of Information. Journal of Political Economy, 1961, no. 3(69), pp. 212–225.
3. Drucker P. Technology, Management and Society. Boston, Massachusetts, Harvard Business Review Press, 2010. – 224 p.

СТРАТЕГІЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Пісклова Є.А.

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

Економічна реальність розвитку економіки України робить життєво необхідним розроблення всієї ієрархії стратегій розвитку підприємства. Слід особливо виділити важливість формування стратегії розвитку системи управління конкурентоспроможністю підприємства, як одну з функціональних стратегій, підлеглу загальній стратегії, бізнес-стратегіям підприємства, пов'язану з іншими функціональними стратегіями.

У світі розроблені різні інтегральні підходи до вирішення домінуючих проблем управління. Одна з таких проблем - стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства. Це сьогодні особливо актуально для України, де підприємства примушені адаптуватися до швидких та глибинних зовнішніх змін.

В умовах жорсткої конкурентної боротьби організації потрібно не тільки визначати стратегічні цілі та орієнтири їх досягнення, а також формувати власні конкурентні переваги шляхом координації усіх напрямків власної діяльності для підтримки своєї конкурентоспроможності. Стратегія організації виступає так би мовити об'єднуючим механізмом потенціалу компанії та зовнішнього середовища, в якому доводиться працювати. Аналіз досліджуваного матеріалу показав, що загальноприйнятої та узгодженої позиції стосовно ролі та місця стратегії в управлінні підприємством фактично не існує. Хоча можна виділити два варіанти концепцій, перша з яких визначає стратегію як план, а інша пропонує розглядати її як комплекс рішень та дій. Місце стратегій в управлінні підприємством також залежить від орієнтації організації на системний, цільовий чи процесний підходи у розумінні даної проблеми. Проте значна кількість напрямів для визначення пріоритетного значення стратегій в управлінні підприємством не означає відсутність загальних підходів, принципів і рекомендацій щодо вибору та формування стратегії конкретного підприємства. Такі питання визначаються виключно ситуаційно та індивідуально для кожної організації.

Жодна із конкурентних стратегій сама по собі не веде до високих показників ефективної роботи - успіх приходить тільки в тому випадку, якщо компанія вибере відмінну від конкурентів стратегію і буде послідовно докладати зусилля для її втілення, намагаючись при цьому уникати невиправданих ризиків та помилок при реалізації.

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ: ФАКТОРИ ВПЛИВУ Побережний Р.О.

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

Гарантією ефективної фінансово-господарської діяльності кожного підприємства беззаперечно є активізація інноваційної діяльності [1-5], яка цілеспрямована на формування (або залучення ззовні) тих новацій, що забезпечуватимуть зростання конкурентних позицій на ринку, продуктивності праці й прибутковості господарювання [1, с. 26].

Згідно Закону України «Про інноваційну діяльність» інноваційною є діяльність спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів та послуг. Вважаємо доцільним виокремити такі фактори впливу на систему управління інноваційною діяльністю підприємства [2, с. 99-100]:

- рівень забезпечення матеріальними і фінансовими ресурсами;
- соціально-психологічний клімат;
- стиль керівництва (взаємодія керівництва та персоналу);
- кадровий потенціал системи (структура та рівень кваліфікації персоналу, організаторські здібності, дисциплінованість, творча активність);
- система оцінювання результатів праці та ефективність стимулювання (мотивація персоналу);
- рівень гнучкості та мобільності системи управління інноваційною діяльністю (швидке реагування на зміни);
- комунікаційні процеси та інформаційна база системи (інформаційне забезпечення, структура інформаційної системи, інформаційні шуми);
- рівень виконання управлінських та регулюючих рішень.

Література:

1. Постова В.В. Формування системи стратегічного управління інноваційною діяльністю підприємств машинобудування: дис. ...канд. екон. наук : 08.00.04; ХНУ; наук. кер. Левицька І.В. – Хмельницький : [б. в.], 2017. – 247 с.
2. Комарницька Н.М. Формування і оцінювання системи управління інноваційною діяльністю підприємства: дис. ...канд. екон. наук : 08.00.04; НУ «Львівська політехніка»; наук. кер. Князь С.В. – Львів : [б. в.], 2016. – 230 с.
3. Побережний Р.О. Інструменти стратегічного управління розвитком підприємства в сучасних умовах господарювання / Р.О. Побережний // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум-2015" : тр. 11-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 7-9 грудня 2015 р. – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – С. 202-206.
4. Побережний Р.О. Методологічні аспекти сучасних підходів до сутності розвитку підприємства в умовах мінливого зовнішнього середовища / Р.О. Побережний, Н. М. Побережна // Соціально-економічний розвиток України: проблеми та перспективи : кол. монографія / ред. О.В. Манойленко. – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – Розд. 5. – С. 229-242.
5. Побережний Р.О. Державне регулювання та підтримка інноваційної діяльності / Р.О. Побережний // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 105-109.

ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ З ВИКОРИСТАННЯМ МОДЕЛІ БЕЗТАРИФНОЇ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ

Погорєлов М.І.

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

В умовах ринкових відносин заробітна плата як форма вартості робочої сили може бути визначена як основна частина обсягу життєвих засобів, який повинен отримати працівник в обмін на свою працю при створенні нової продукції або при виробництві послуги. Цей обсяг життєвих коштів повинен бути прийнятний як для ефективного функціонування виробництва, так і для забезпечення розширеного відтворення робочої сили.

Кошти, що направляються підприємством на споживання, об'єднують грошові та натуральні вилітати, що носять індивідуальний характер. До складу фонду оплати праці включаються нараховані підприємством, установою, організацією суми оплати праці в грошовій і натуральній формах за відпрацьоване і невідпрацьований час, стимулюючі доплати і надбавки, компенсаційні виплати, пов'язані з режимом роботи та умовами праці, премії й одноразові заохочувальні виплати, а також виплати на харчування, житло, паливо, що носять регулярний характер.

Слід зазначити, що до сих пір немає достатньо ґрунтовних наукових розробок і рекомендацій по встановленню оптимальних співвідношень в оплаті праці працівників різних категорій і кваліфікаційних груп. Подібні пропорції визначаються, як правило, без глибоких обґрунтувань пропонованих рішень.

Як альтернативу застарілих систем оплати праці ми в цій статті розглянули безтарифну модель оплати праці, яка не є винаходом нового часу. Сучасне становище в економічній і соціальній сфері сприяє застосуванню цієї форми оплати праці.

Безтарифна модель оплати праці дозволяє позбутися від урівненості, подолати протиріччя між інтересами окремого працівника і підприємства в цілому, сприяє розвитку ініціативи, прагненню працівника підвищувати свій кваліфікаційний і освітній рівень.

В умовах безтарифної моделі оплати праці заробіток кожного працівника повністю залежить перш за все від попиту на вироблену підприємством продукцію, її якості і конкурентоспроможності, результатів роботи і фінансового становища трудового колективу. Багато в чому на остаточний заробіток впливає реальний, фактичний трудовий внесок кожного працівника.

Застосовувати цю систему можна для розрахунку заробітної плати як робочих, так і фахівців. При правильній організації, грамотно розробленої системі критеріїв дана система легко сприймається працівниками підприємства, стимулює їх прагнення до високопродуктивної праці.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МЕНЕДЖМЕНТІ ТА ЕКОНОМІЦІ

Погорєлов С.М.

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

З перших років становлення інформаційні технології знаходяться в безпосередньому зв'язку з їх використанням в інформаційних системах різноманітних економічних об'єктів – підприємств, організацій виробничої та невиробничої сфери. В цих випадках інформаційні системи діють, як самостійні системи обробки даних, так і в ролі функціональних компонентів, які забезпечують управлінські процеси в рамках інших укрупнених систем. Такими системами, як правило, є автоматизоване управління виробничими та господарськими процесами промислових підприємств, фірм, корпорацій, фінансово-кредитних і комерційно-збутових організацій, систем даних наукових експериментів, економіко-математичних модельних комплексів, бібліотечного обслуговування і ряду інших сфер економічної діяльності.

Широке застосування сучасних інформаційних технологій в організації забезпечує:

- оперативний доступ до найвіддаленіших джерел інформації, в тому числі до джерел зовнішнього середовища;
- якісний електронний зв'язок, який найкраще і найшвидше наближається до ідеального;
- створення можливостей вертикальної та горизонтальної взаємоув'язки управлінської діяльності всіх ланок менеджерів підприємства;
- функціонуванням єдиного інформаційного середовища організації, що дозволить охопити багатофункціональну діяльність в єдиний комплекс.

В міру проникнення інформаційних технологій в різні сфери бізнесу, вони змінюють різні вартісні показники, на яких ґрунтується рівень конкуренції, що в свою чергу спричиняє фундаментальні структурні зміни в усіх галузях економіки. Впровадження одних засобів інформаційних технологій вносить значні зміни на етапах розробки продукції і виробництва, а впровадження інших – впливає на етапах проведення операцій маркетингу і фізичної реалізації. Ефективність інтегрованого управління на основі інформаційних технологій дозволяє:

- по-перше, зменшити виробничі витрати при більшій різноманітності видів продукції (послуг), хоча і менших обсягах її випуску;
- по-друге, забезпечити більшу економію в сфері забезпечення виробництва за рахунок зменшення накладних витрат.

Таким чином, широке розповсюдження інформаційних технологій в організаціях пов'язується з такими позитивними факторами, як:

1) диференціація відношень “продукція - ринок” на цільових ринках, що веде до повнішого врахування вимог споживачів, і забезпечує окупність затрат виробництва шляхом отримання очікуваних прибутків;

2) зменшення витрат виробництва, які пов'язані з загальним ростом продуктивності виробництва, що забезпечує вищий прибуток і можливість проведення гнучкої цінової політики.

БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ У СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Погорєлова Т.О.

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

Бренд-менеджмент (brand management) – багатоструктурний, обґрунтований, вивірений і контрольований комплекс заходів зі створення товарної марки, розробки дизайну упаковки, рекламної аргументації, проведення акцій зі стимулювання збуту, тобто використання всього арсеналу маркетингових засобів впливу на споживача. Управляти брендом – значить знаходити найбільш ефективний з точки зору витрачених ресурсів спосіб домогтися наміченого позиціонування товару, марки в свідомості покупця.

Мета бренд-менеджменту – створення довгострокових взаємин зі споживачем.

Завдання бренд-менеджменту: створення бренду, підтримка і збереження бренду.

В сучасних умовах господарювання бренд як інструмент ринкового середовища, що дозволяє завоювати на ринку місце, гідне якості продукції, що реалізується, потребує ціленаправленого та систематичного управління. Цінність бренду для підприємства проявляється лише у процесі його інструментального використання [1].

Бренд-менеджмент все більше з менеджменту управління товаром стає менеджментом споживачів, який повинен здійснюватися з високою соціальною відповідальністю, з концентрацією уваги на ринку – на дослідженні ринку, обслуговуванні споживачів і управлінні якістю обслуговування.

Сучасний етап економічного розвитку зумовлює необхідність урахування бренду в діяльності підприємства як важливого нематеріального актива для забезпечення довготривалого життєвого циклу підприємства в умовах нестабільності зовнішнього середовища.

Бренд володіє великим потенціалом та є невід'ємним елементом ринкових відносин, фактором підвищення конкурентоспроможності продукції, захисту від недобросовісної конкуренції. Бренд стає дедалі важливішим економічним важелем в умовах активізації торгівлі та глобалізації міжнародного торговельного простору, що дає змогу вважати його стратегічним інструментом бізнесу. Розвиток бренду – це стратегічна бізнесфункція, реалізацію якої в епоху глобалізації передбачає стратегічний розвиток підприємства [2].

Література:

1. Москалюк С. Сучасний концептуальний підхід до системи бренд-менеджменту // Проблеми розвитку внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект : сб. науч. трудов / Світлана Москалюк. – Донецьк, 2007.

2. Бренд-менеджмент: теорія і практика.-навч. посібник / укл.: І.В. Струтинська. – Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. – 204 с.

ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Погребняк Т.О.

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

Останнім часом відбувається посилення глобалізаційних тенденцій. На становлення глобалізації впливає визнання загальносвітових моральних цінностей, зокрема, права власності, рівноправності, свободи слова і економічної свободи, які гарантуються в більшості процвітаючих держав. Польща, на відміну від України, завдяки лібералізації економіки показала стрімке економічне зростання, перетворившись з країни, що розвивається, в розвинену (рис. 1).

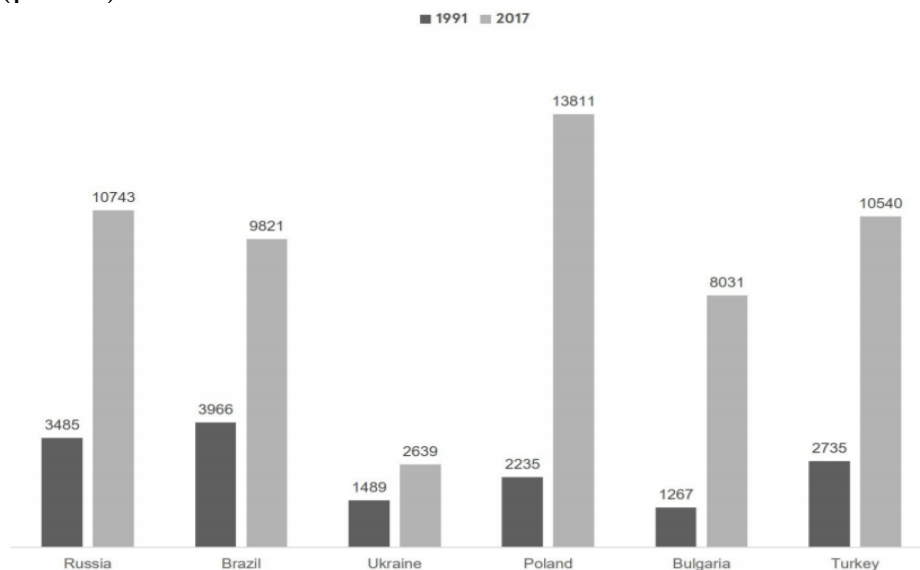


Рисунок 1. – Динаміка зміни ВВП на душу населення різних країн [2]

Для того, щоб Україна теж стала процвітаючою країною, їй необхідно слідувати успішним прикладам: забезпечити реальну незалежність виконавчої і судової влади; скасувати мораторій на продаж сільськогосподарських земель, що порушує права на власність; зменшити втручання чиновників в ціноутворення, крім антимонопольного і антидемпінгового регулювання; використання запозичень урядом для будівництва інфраструктури загальнонаціонального значення; знизити державні витрати на утримання великого державного апарату та деяких дотаційних сфер. У взаємодії України з країнами світу спостерігається її залежність від зовнішніх ринків, постачальників енергоносіїв, сировинна спрямованість експорту, недостатність прямих іноземних інвестицій і, відповідно, нових технологій [1]. Подолання даних проблем дозволить залучитися Україні до глобалізаційних процесів на більш високоякісному рівні.

Література:

- 1 Максименко Я.А. Інтеграція України до світової економічної системи / Я.А. Максименко, Т.А. Дяченко // Економіка і управління в умовах глобалізації : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 1-7 грудня 2010 р. – Донецьк : [ДонНУЕТ], 2010. – Т. 3. – С. 286-288
- 2 World Bank Open Data [Electronic Resource] – Access Mode: <https://data.worldbank.org/>

ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА РІВНІ ПІДПРИЄМСТВ

Полякова К.В., Власова Н.О.

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

Фінансове планування є складовою загального процесу управління підприємством, що спрямовано на досягнення його стратегічних й поточних цілей функціонування та розвитку. За допомогою планування вирішуються проблеми координації дій різних підрозділів підприємства, оптимізації використання обмежених ресурсів, зводиться до мінімуму невизначеність ринкового середовища та його негативні наслідки для суб'єкта господарювання.

Фінансове планування на підприємствах - це процес визначення обсягу фінансових ресурсів за джерелами формування та напрямками їх цільового використання згідно з основними показниками функціонування та розвитку підприємства у плановому періоді.

До об'єктів фінансового планування на підприємстві відносять:

рух фінансових ресурсів;

фінансові відносини, що виникають під час формування, розподілу та використання фінансових ресурсів;

вартісні пропорції, що створюються в результаті розподілу фінансових ресурсів.

У процесі фінансового планування одночасно обґрунтовуються раціональні відносини, вартісні пропорції, рух фінансових ресурсів і на цій основі визначаються фінансові показники підприємства на плановий період.

Метою фінансового планування є забезпечення господарської діяльності необхідними джерелами фінансування на основі визначення можливих обсягів фінансових ресурсів, капіталу, резервів, величини грошових потоків у плановому періоді для вирішення поточних та перспективних завдань розвитку підприємства.

Основними завданнями фінансового планування на підприємстві є:

- забезпечення поточної виробничої та інвестиційної діяльності необхідними фінансовими ресурсами;

- установа раціональних фінансових відносин із суб'єктами господарювання, банками, страховими компаніями тощо;

- визначення шляхів ефективного вкладення капіталу, оцінювання раціональності його використання;

- виявлення та мобілізація резервів збільшення прибутку за рахунок раціонального використання матеріальних, трудових та грошових ресурсів;

- здійснення контролю за утворенням та використанням платіжних засобів.

В процесі фінансового планування:

а) ідентифікуються фінансові цілі та орієнтири підприємства;

б) встановлюється міра відповідності цих цілей поточному фінансовому стану підприємства;

в) формулюється послідовність дій із досягнення поставлених цілей.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ КРАЇНИ

Подрез О. І.

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

Перша стратегія сталого розвитку (2001 р) складалася з двох частин. Перша – пропонувала заходи для зміни низки «несталих» тенденцій; друга – новий підхід, за яким економічна, соціальна та екологічна політика ЄС мають підсилювати одна одну та бути взаємно узгодженими. Друга стратегія – «Оновлена стратегія сталого розвитку ЄС» (2006) вказала загальний вектор змін на рівні планування – зміна клімату та чиста енергетика, транспорт, сталі споживання і виробництво, збереження і управління природними ресурсами, охорона здоров'я, соціальне включення, демографія і міграція, глобальна бідність та виклики сталого розвитку. Третя стратегія («Європа 2020: стратегія розумного, сталого та інклюзивного зростання», 2010 р.) ставила такі ініціативи, як створення сприятливих умов для виконання поставлених завдань: «Інноваційний Союз», «Цифровий порядок денний для Європи», «Ефективні ресурси Європи», «Індустріальна політика ери глобалізації» та ін.

Кожна країна має власні організаційні особливості управління сталим розвитком, які стосуються формування стратегії його досягнення. Особливості національних стратегій розвитку пропонується розглядати за характером, інституціями та інтеграцією. За характером вони спрямовані на інтеграцію трьох складових сталого розвитку: економічної, соціальної та екологічної, однак загалом країни практикують ширший підхід, а саме: 1) охоплюють сферу культури (Естонія, Словенія), 2) R&D, освіту, європейські та міжнародні питання та належне управління, (Чехія); 3) територіальний розвиток та співробітництво в цілях розвитку (Литва); 4) довгострокові заходи в областях: зростання населення, навколишнє середовище та природні ресурси, заохочення сталого виробництва та споживання, забезпечення соціальної і територіальної згуртованості і справедливості, забезпечення енергетичної незалежності та підвищення ефективності використання енергії, зміцнення здоров'я населення, взаємопов'язаність, захист Адріатичного моря, прибережних районів і островів (Хорватія); 5) комплексне управління розвитком (Польща). За інституціями щодо управління – 1) Міністерства з питань довкілля та розвитку; 2) уповноважені органи зі сталого розвитку; 3) ради, комісії – Швейцарія, Німеччина, Латвія та Фінляндія. За координацією політики шляхом її інтеграції – 1) горизонтальна інтеграція – відображає співробітництво між різними міністерствами та адміністративними органами на національному рівні: міжвідомча група (Естонія), комісія (Бельгія) комітети (Комітет зі Сталого розвитку Австрії чи Комітет державних секретарів у Німеччині) або мережі (міжвідомча мережа Секретаріатів у Фінляндії); 2) вертикальна інтеграція – імплементація сталого розвитку на різних рівнях управління (регіональному, національному та локальному).

ПЕРСПЕКТИВНІ ФІНАНСОВІ ІННОВАЦІЇ У БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ

Поліщук В.Г.

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

Виникнення банківських інновацій обумовлене безперервним рухом підприємницької думки, прагненням обійти конкурентів, інформацією, що поступає, про банківські нововведення зарубіжних країн, а також періодично виникаючими кризами в банківській сфері. Інновації у банківській сфері – це кінцевий результат інноваційної діяльності банку, який отримав реалізацію у вигляді нового або вдосконаленого банківського продукту чи послуги, які впроваджено в практичну діяльність [1].

Дистанційне банківське обслуговування є сучасною фінансово інновацією, що дозволяє проводити певні фінансові операції (поповнення/зняття коштів з депозитного вкладу, сплата за комунальні послуги, мобільний зв'язок, Інтернет, переказ коштів на іншу картку тощо) без відвідування клієнтом свого банку. У сучасних світових банківських системах клієнтам надаються наступні види дистанційних послуг:

– РС-банкінг (традиційна система “Клієнтбанк”) – це система, яка здійснює доступ до банківського рахунка за допомогою персонального комп'ютера і прямого модемного з'єднання з комп'ютерною системою банку;

– мобільний банкінг – це система, яка надає можливість здійснювати операції з рахунком клієнта та отримувати інформацію щодо його стану за допомогою телефону у будь-якій точці світу;

– Інтернет-банкінг – це технологія віддаленого банківського обслуговування, яка дає змогу клієнтові отримувати банківські послуги через мережу Інтернет;

– відео-банкінг – це система інтерактивного спілкування клієнта з персоналом банку за допомогою спеціально призначених пристроїв, так званих “відео кіосків”, устаткованих моніторами [2].

Для попередження банкрутства та фінансового оздоровлення банків потрібен новий механізм, яким, на нашу думку, може бути механізм bail-in (bail-in within resolution), що полягає в легалізації процедури списання суверенних боргів та / або позабюджетної рекапіталізації (ліквідації і санації) банків за рахунок обміну незастрахованих депозитів на акції банків.

Додатковими інструментами є умовно конвертовані облігації “CoCos” (Contingent Convertibles) та структуровані депозити з використанням похідних фінансових інструментів, які використовуються для створення потенційної доходності.

Література:

1. Диба М.І. Фінансові інноваційні інструменти у банківській системі / Диба М.І., Осадчий Є.С. // Стратегія економічного розвитку України. – 2018. – №42. – С. 99-111.
2. Репета М.М. Напрями удосконалення фінансових послуг банків в Україні / Репета М.М., Смолінська С.Д. // Молодий вчений. – 2018. – №10(62). – С. 877-880.

СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ГАЛУЗИ УКРАЇНИ В УМОВАХ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Попов М.О., Федоров А.О., Дьякова Н.М.

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

Олійно-жирова галузь України уже на паротязі десяти років демонструє суттєвий прорив в агропромисловому секторі. Локомотивом економічного розвитку, насамперед є олійнодобувний комплекс, який стратегічно орієнтований на світовий ринок. Як свідчать дані, проектна потужність підприємств даного профілю, зокрема з переробки насіння соняшнику, значно випереджає виробництво цієї олійної культури. Така ситуація зумовлена, передусім, загальним збільшенням споживання та імпорту соняшникової олії країнами Азії та експансією її на ринок Китаю.

Слід зазначити, що безперечним лідером у світовому виробництві й експорті соняшникової олії є Україна. Так, частка у виробництві соняшникової олії становить близько 34%, в експорті – 58 %.

При цьому, за аналітичними даними, в період з вересня по липень 2017/18 МГ експорт соняшникової олії склав 4,9 млн тонн проти 5,4 млн тонн роком раніше. За підсумками липня відставання від показників минулого рекордного сезону збільшилася до 8,5%.

Основними напрямками експорту української соняшникової олії залишаються Індія (45% усього експорту), країни ЄС (26%) і Китай (9%). При цьому Індія, незважаючи на зростання імпортного мита, збільшила закупівлі в порівнянні з минулим сезоном на 21,4%, країни ЄС і Китай, навпаки, скоротили на 17,5% і 13,9% відповідно [1].

Ключовою причиною зниження експорту соняшникової олії поточного маркетингового року з минулим, як свідчать експерти, є значне загострення конкуренції, зокрема з боку російських виробників. Але, не зважаючи на це, українська соняшникова олія має низку переваг перед російським аналогом. Перш за все, вона вже давно присутня на китайському ринку, встигла зайняти досить міцні позиції та завоювати довіру місцевих споживачів. Також якість українського продукту вища і більше відповідає вимогам китайської сторони.

Література:

1. Експорт соняшникової олії в Україні в 2018 році йде на рекорд : веб-сайт. URL <https://glavcom.ua/economics/finances/eksport-sonyashnikovoji-oliji-v-ukrajini-v-2018-roci-yde-na-rekord-524632.html> (дата звернення: 05.03.2019).

ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ: СУТНІСТЬ ТА ФУНКЦІЇ

Потоцька О.А., Побережна Н.М.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

В умовах сьогодення, стратегічний розвиток підприємства [1], і в першу чергу, розвиток його виробничого потенціалу [2] залежить від трудових ресурсів підприємства, ефективність використання яких визначається продуктивністю праці, основні функції якої можна визначити як:

організаційну функцію, що полягає в перерозподілі ресурсів виробництва таким чином, що ресурси, продуктивність яких вища, заміщують ресурси з низькою продуктивністю (можна оцінити конкурентоспроможність продукції підприємства, виявити фактори збільшення прибутку та мінімізації витрат);

економічну функцію, яка визначає можливість використання продуктивності праці як показника, на основі якого формують конкурентоспроможність підприємства, оцінюють виробничі пріоритети та визначають способи ефективного перерозподілу ресурсів;

управлінську функцію, що виражається у використанні показника продуктивності керівниками при прийнятті рішень щодо ефективного використання ресурсів підприємства (один з основних індикаторів при використанні методу управління витратами директ-костинг);

соціальну функцію, що виявляється в можливості сформувати оптимальні пропорції зайнятості населення, виявити обмеження в певних сферах щодо зайнятості (є предметом у індивідуальних та колективних трудових договорах і є базою для розрахунку прожиткового мінімуму громадян);

розподільчу функцію, яка полягає в тому, що, як правило, орієнтуючись на показник продуктивності праці, інвестори визначають напрями вкладення свого капіталу (забезпечує оптимальність розподілу праці та визначає пріоритетні напрями зростання її продуктивності);

стимулюючу функцію, що виражається у визначенні способів мотивації праці на підставі показника її продуктивності (є основою для визначення мінімального окладу на підприємстві, критерієм для виплати премій залежно від внеску кожного працівника та ланкою, яка пов'язує витрати праці з її результатами) [3, с 24–25].

Література:

1. Побережний Р.О. Алгоритмічна модель формування стратегічного профілю розвитку машинобудівного підприємства: практичний аспект / Р.О. Побережний // Бізнес Інформ = Business Inform. – 2015. – № 3 (446). – С. 83-92.
2. Побережна Н. М. Стратегії управління ефективністю виробничого потенціалу промислового підприємства / Н. М. Побережна // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2012. – № 25. – С. 87-93..
3. Притула Л. А. Продуктивність праці і методи її підвищення на промислових підприємствах: дис. ...канд. екон. наук : 08.00.04 / Людмила Анатоліївна Притула; КПУ; наук. кер. Семенов А. Г. – Запоріжжя : [б. в.], 2017. – 222 с.

ПРОДВИЖЕНИЕ ЗАПАДНОГО МЕДИАПРОДУКТА НА УКРАИНСКОМ МЕДИАРЫНКЕ

Прийменко В.В.

*Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт», г. Харьков*

Один из наиболее популярных медиапродуктов на украинском медиарынке – реалити-шоу, что вызвано спецификой общества потребления.

Телеканал «СТБ» на сегодняшний день является рейтинговым, создающим интересные для зрителя проекты. Этот канал первым в Украине запустил «Мастер Шеф», «Х-Фактор», «Танцы со Звёздами», «Хата на Тата» и другие медиапродукты. Идеи для проектов были взяты из стран Западной Европы и США. Рассмотрим один из самых долгосрочных проектов в Украине – «Мастер Шеф», транслируемый в Великобритании более 15 лет, а в Украине – 2011 года, показываемый в 27 странах и имеющий высокие рейтинги.

Зрительская аудитория также зависит от времени выхода в эфир. Например, в Австралии и Израиле проект транслируют в среду с 20:00-22:00. Так было и в Украине, но с 2019 года данный медиапродукт выходит в субботу с 19:00-23:00, что стратегически более выгодно.

Рейтинги проекта на медиарынках, где он присутствует, очень высокие. Так, в 2010 году финальный выпуск в Австралии посмотрели 3,7 млн зрителей. Двухчасовая телепередача была разбита на две программы: 90-минутный эпизод, который смотрели 3,3 млн зрителей, и 30-минутный анонс – 3,7 млн человек. Руководитель программы Дэвид Мотт, сказал, что успех шоу «доказывает, что на самом деле нет ничего лучше хорошей еды для объединения людей». Проект также выиграл по все демографическим показателям, включая зрителей в возрасте 25-54 лет (76,3 % коммерческой доли), зрителей в возрасте 18-49 лет (77,7 %) и объявленную «целевую» аудиторию в возрасте 16-39 лет (80,1 %). В то время как целевая аудитория проекта в Великобритании – женщины и мужчины 16-55 лет.

Призы в разных странах отличны друг от друга. Во Франции победитель получает 100 000 евро, напечатать свою книгу рецептов и обучиться в кулинарной школе. В Италии – аналогичны награды за исключением обучения. Лучший шеф-повар в Филиппинах получает примерно \$1000 и кулинарную стипендию. В Украине победитель получает 500000 грн (\$18594) и обучение в кулинарной академии в Париже.

Можно сделать вывод, что «СТБ», используя стратегии продвижения медиапродукта на украинском медиарынке, привлекает не только первичную целевую аудиторию, но и ту, которая не была изначально запланирована, и обе становятся лояльными к данному медиапродукту.

ВПЛИВ ПРОМИСЛОВОГО ШПИГУНСТВА НА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНУ ВЛАСНІСТЬ

Пришляк А. Ю., Залізна Л. В.

Національний університет «Львівська Політехніка», м. Львів

На сьогоднішній день інтелектуальна власність (ІВ) являє собою надзвичайно важливий економічний ресурс. Економічна цінність ІВ (у багатьох випадках дуже висока) часто не згадується в звітності, недорозрахована, та недооцінена. При веденні бізнесу, вона відкриває нові ринкові можливості або представляє загрозу, це залежить від того хто нею розпоряджається. Френсіс Бекон запевняв: «Знання – це сила». Справді, в сучасній економіці, що базується на знаннях, інтелектуальна власність часто є одним з основних активів підприємства.

Останнім часом об'єкти авторського права та суміжних прав набувають усе більшого економічного значення. Саме з ними пов'язані питання недобросовісної конкуренції (відео-піратство, виготовлення контрафактної продукції тощо), шпіонажу, крадіжки тощо [2].

Компанії, які не розглядають ІВ як один з своїх пріоритетів, у кращому випадку ризикують втратити свої конкурентні переваги; у найгіршому випадку вони стикаються з неплатоспроможністю.

Промислове шпигунство є комерційним шпигунством на шляху незаконного отримання бізнес-інформації та новітніх технологій для досягнення конкурентної переваги.

Економічне або промислове шпигунство відбувається в таких основних формах:

- одержання знань і придбання інтелектуальної власності;
- отримання матеріального права власності на об'єкти інтелектуальної власності, оперативної інформації.

Останнім часом українська наука повна плагіату. Науковці все частіше переписують дослідження своїх колег без жодного посилання. Більш того, крадіжка інтелектуальної власності стала звичайним явищем в українській журналістиці. Багато ЗМІ не вказують на джерело інформації.

Захист прав інтелектуальної власності є справою декількох років, і не всі готові брати участь у судових процесах. А в Україні низька правова культура, тому тільки одиниці людей подають судові позови для захисту своєї інтелектуальної власності [1].

Можна зробити висновок, що економічне та промислове шпигунство є найбільшою загрозою науково-технічній діяльності та інноваційному розвитку держав.

Література:

1. Кожарська І.Ю. Право промислової власності: винаходи, корисні моделі, промислові зразки. - К: ЗАТ «Інститут інтелектуальної власності і права», 2006.
2. So arbeitete der bekannte Innentder Edward Snowden nicht unmittelbar für die amerikanische CIA. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.boozallen.com>

ЗАСТОСУВАННЯ РЕІНЖИНІРИНГУ В СУЧАСНОМУ АНТИКРИЗОВОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

¹Прокоп М.В., ²Брінь П.В., ²Абуд Ахмад Халіль Абуд

¹Університет Яна Кохановського, м. Крельце

²Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

В сучасних умовах несприятливого економічного і політичного оточення менеджменту підприємства особливу увагу слід приділяти таким напрямкам управління як антикризовий менеджмент.

Слід зазначити, що збитковість підприємств негативно впливає не тільки на їх власників (недоотримання прибутку), а й на широке коло інших стейкхолдерів, основними з яких є держава, працездатне населення, інші підприємства в ланцюжку створення цінностей. Для держави кризовий стан підприємств зумовлює зменшення платежів до бюджету, що в свою чергу торкнеться всіх працівників бюджетної сфери а також інших акцепторів бюджетних коштів. При аналізі впливу кризового стану на працівників помилково вважати, що кризовий стан господарюючого суб'єкта спричинить за собою тільки лише погіршення добробуту його працівників. У разі розвитку сценарію банкрутства підприємства шляхом його ліквідації негативний вплив буде спрямовано і на інших представників працюючого населення (тимчасово не працюючих), не пов'язаних з даним підприємством трудовими відносинами, оскільки збільшення кількості безробітних внаслідок цієї кризи погіршить становище всіх безробітних шляхом загострення конкуренції на ринку праці. І, нарешті, в зв'язку з ліквідацією підприємства інші господарюючі суб'єкти можуть виявитися без споживача продукції промислової продукції, що випускається ними, або без стратегічно важливого постачальника сировини і напівфабрикатів, що в кінцевому рахунку може привести до погіршення ефективності їхньої діяльності.

Як правило, традиційні санаційні методи антикризового менеджменту в існуючих умовах мають малу ефективність у зв'язку з досить тривалим терміном очікування позитивного ефекту. У цих умовах найбільшу ефективність має такий інструмент як реінжиніринг - фундаментальне переосмислення і радикальне перепроєктування ділових процесів для досягнення різких, стрибкоподібних поліпшень головних показників діяльності компанії, таких, як вартість, якість та інші [1].

Поряд з позитивними характеристиками реінжинірингу бізнес-процесів слід зробити акцент на високому ризику даного підходу, оскільки, як правило, в разі невдачі основним сценарієм розвитку ситуації буде банкрутство підприємства.

Література

1. Брінь П.В. Застосування принципів реінжинірингу при розробці санаційної стратегії підприємств промисловості //П.В. Брінь/ Наукові праці ДонНТУ. Серія економічна. – 2005. Випуск 89-2. – С. 148-154.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ У ФІНАНСОВОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

Прохоренко В.П., Орехов Ю.В., Мороз Д.А.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Показники, які характеризують фінансовий сектор можна систематизувати за ознакою притоку і відтоку фінансових ресурсів. Якщо стратегія удосконалення управління у фінансовій сфері сприяє зростанню сукупного фінансового капіталу, то можна стверджувати про наявність економічного росту у фінансовій сфері. Спільним параметром успішності стратегії удосконалення управління у фінансовій сфері є різниця між вхідними і вихідними потоками коштів у фінансові установи. Тут йдеться про набуття параметром значень від «1» до «-1». За умови застосування пропонуваного спрощення параметричного аналізу ефективності реалізації стратегії удосконалення управління у фінансовій сфері зручним є прогнозування його значень. Прогнозування зазначеного параметра доцільно здійснювати за допомогою положень теорії нейронних мереж, що дозволить застосовувати бінарне представлення рядів даних. Для вирішення проблеми прогнозування може використовуватись нейронна мережа у формі регресійного рівняння. Таке рівняння слід будувати на основі методу рекурентного врахування похибок. Проведений аналіз результатів діяльності суб'єктів фінансового сектору базувався на дослідженні банківських установ і учасників страхового ринку за даними офіційної статистики. Дослідження проводилось у розрізі фінансових результатів суб'єктів банківського і страхового ринків, розміру їх резервів, рівня платоспроможності та інвестиційної активності. Доведено, що доцільним є застосування саме функціонального підходу, який передбачає градацію рівнів спільного вирішення завдань щодо побудови системи, розподілу робіт та відповідальності між учасниками фінансового сектору, а також визначення умов їхньої участі у процесах розроблення системи, що забезпечить ефективний практичний відбір оптимального складу виконавців і координаторів формування системи оцінювання економічної ефективності стратегії удосконалення управління у фінансовій сфері. На основі проведеного аналізу видів та альтернативних методів його здійснення удосконалено положення щодо проведення дослідження цієї системи через запропонований метод векторного моніторингу її інформативності. Це дозволяє визначити доцільність існування даної системи з позиції змістовного наповнення інформаційних ресурсів, процесів та результатів, які нею видаються. Також, у межах методу передбачається побудова векторів інформативності та визначення їхньої спрямованості відносно оптимального функціонування, яке є базисом для розроблення рішень щодо структурної та функціональної зміни системи загалом чи її окремих складових елементів задля досягнення можливостей об'єктивного та повного практичного оцінювання економічної ефективності стратегії удосконалення управління у фінансовій сфері.

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ПОСЛУГ

Прядко О.М.

Харківський державний університет харчування та торгівлі, м. Харків

Сфера послуг України є важливою складовою ринкової економіки, вона набуває все більшого значення в частині формування валової доданої вартості країни, у поповненні суми бюджету, зайнятості населення, в управлінні ринком, спрямованим на створення відносин які сприяють задоволенню потреб та запитів споживачів. Доходи населення збільшилися у 2,4 рази, але реальні доходи майже не зменшилися, тому що рівень цін на товари та послуги щорічно зростає на 10-11 %. Сільське населення споживає у 4 рази менше послуг соціального призначення, ніж міське. Розрив щодо послуг пасажирського транспорту сягає 15,9 рази, установ культури, відпочинку та розваг – 8,5 рази, охорони здоров'я – у 30,2 рази, виховання та освіти – у 46,7 рази. Але в цілому, за 2015-2018 роки, витрати на придбання товарів та послуг зростають відповідно доходам, що дозволяє зробити висновок про наявність постійного рівня попиту на споживчому ринку. Згідно статистичних даних виробництво послуг і їх реалізація росте більш високими темпами ніж доходи та витрати населення. Середньорічний приріст складає понад 25 %, що вище ніж у інших сферах економіки України.

З метою виявлення можливостей розвитку сфери послуг в м. Харкові нами проведені дослідження рівня надання послуг населенню у спеціалізованому магазині ТОВ „Ельдорадо”. У структурі комерційного відділу підприємства недостатня кількість фахівців з маркетингу, вони часто відволікаються для виконання не властивих маркетингу обов'язків, а вивченню попиту споживачів та кон'юнктури ринку не приділяється належної уваги. Таким чином, рівень маркетингової діяльності на підприємстві не забезпечує сучасних вимог ринку. На підставі аналізу думок покупців з питань мотивації отримання послуг та оцінки їхньої якості дозволило встановити, що значна їх кількість не відповідає вимогам покупців. Так, на недоліки, що викликані швидкістю налагодження та установки техніки вказали 129 респондентів, які виставили 2 бали із 5-х (що становить 67,7 %). Багато нарікань відмічено з питань повноти асортименту, періоду гарантійного обслуговування, швидкості доставки, відповідно 53,2 %, 44,1 % та 68,3 %. Таким чином видно, що купівельна модель маркетингу ще не стала основною в діяльності магазинів „Ельдорадо”.

Трансформація сучасного ринку послуг вимагає від фахівців підприємств сфери послуг умінь розпізнавати, отримувати та використовувати знання про своїх споживачів, про їхні запити, побажання, взаємини. Актуальною стає проблема управління знаннями про споживачів. Це вимагає покращення діяльності маркетингових служб та підвищення рівня маркетингової свідомості у всього керівного складу підприємств. Тільки при такому підході позиція підприємств на ринку буде зміцнюватися, а обсяг надання послуг буде збільшуватись.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

П'ятак Т.В., Борзенко В.І.

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

Критичне становище багатьох підприємств в Україні спонукає до необхідності дослідження шляхів покращення ефективності фінансово - господарської діяльності підприємств. Кожен суб'єкт господарювання незалежно від виду діяльності та форми власності повинен реально оцінювати ефективність фінансово-господарської діяльності з метою оперативного управління активами і пасивами підприємства, досягнення високих фінансових результатів, забезпечення фінансової стабільності і створення належного іміджу підприємства.

Вирішення цієї проблеми передбачає узагальнення досвіду роботи у фінансово-економічній сфері, удосконалення господарського механізму відповідно до вимог економічної політики держави, формування передумов для раціонального використання фінансових ресурсів і на цій основі зменшення витрат виробництва та підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств.

Пропонується методика оптимізації управління фінансово-господарською діяльністю підприємства для підвищення ефективності його роботи в кризових умовах. Оцінка ефективності взаємодії підприємства-виробника і споживачів продукції здійснюється на основі аналізу співвідношення динаміки виручки від реалізації продукції і дебіторської заборгованості. Для цього вводиться інтегральний показник ефективності, який в узагальненому вигляді відображає процес розрахунків за спожиті товари. Обсяг реалізованої споживачам продукції залежить від виробничих можливостей підприємства по кожному виду продукції, ціни на неї та попиту на ринку. Оцінювати ефективність взаєморозрахунків між підприємством-виробником та споживачами продукції пропонується за допомогою визначених величин інтегрального коефіцієнту ефективності. При цьому підприємство орієнтується не на максимізацію, а оптимізацію обсягів збуту товарів різної номенклатури. Можливості підприємства, щодо виробництва оптимального обсягу продукції та вибору оптимальної кількості оптових торговельних посередників враховуються за допомогою математичного моделювання. Запропоновано спосіб оцінки ризиків у збутовій політиці підприємства. Оцінка ризику „нереалізації” запланованого обсягу продукції проводиться шляхом обробки статистичної інформації. Коефіцієнти ризику по кожному виду продукції дозволяють складати прогнози продажів продукції на наступні періоди реалізації. Для цього враховується емпіричний розподіл продажів у часі для кожного споживача. У кожному часовому інтервалі визначається вірогідність реалізації певного обсягу продукції. Зроблено висновки, щодо можливості оцінки впливу негативних факторів на фінансово-господарську діяльність підприємства при плануванні його поточної діяльності.

АНАЛІЗ ТА ПІДТРИМКА КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ КОРПОРАЦІЇ З УРАХУВАННЯМ РЕЗУЛЬТАТІВ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА ПРИКЛАДІ ТОВАРНОЇ ГРУПИ «ТЕЛЕВІЗОРІВ» ТМ “SAMSUNG”

Райко Д. В., Вознюк Я. В.

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

Аналіз та формування конкурентних переваг підприємства є дуже важливим етапом у формуванні як маркетингової, так і загальної стратегії підприємства. Ця тема актуальна в умовах сучасної ринкової економіки України, тому що чітко проведений аналіз, дозволяє виявити основні переваги підприємства, спираючись на які підприємство зможе ефективно реалізувати свій потенціал.

Актуальність даної теми обумовлюється тим, що в сучасному економічному світі жорстка конкуренція практично не залишає шансів на стабільне існування фірми, тому формування конкурентних переваг та їх утримання є запорукою успіху будь-якого підприємства. Саме конкурентні переваги забезпечують підприємствам передові позиції в галузі і важелі впливу на співвідношення конкурентних сил.

Зважаючи на це, метою даної роботи є аналіз конкурентних переваг корпорації «Samsung» та розробка заходів щодо їх підтримки. Головним етапом у роботі було проведення маркетингового дослідження, метою якого є вивчення звичок щодо здійснення покупок споживачами, визначення факторів, що впливають на покупку, визначення позицій на ринку на прикладі товарної групи «телевізорів» ТМ «Samsung». На основі результатів маркетингового дослідження, складено основний портрет споживача телевізорів ТМ «Samsung» - чоловіки, найвагомими факторами при прийнятті рішення про покупку для них є ціна (56%), якість (32%), зовнішній вигляд (8%). Більш за все телевізори купуються у спеціалізованих магазинах електроніки (49%) та інтернет-магазинах (48%). Експертне оцінювання показало, що ТМ «Samsung» є лідером серед конкурентів за найбільш вагомими параметрами, якими керуються споживачі під час прийняття рішення про покупку. Отримані дані допоможуть спрямувати конкурентні переваги ТМ «Samsung» на конкретну групу споживачів, що дозволить як збільшити прибуток компанії так і поліпшити та закріпити свій імідж у свідомості споживача. До основних конкурентних переваг ТМ “Samsung” можна віднести такі, як: висока якість, привабливий вигляд, привабливий дизайн упаковки, надійний сервіс, високий рівень диференційованості товару та обсяг збуту, охоплення багатьох сегментів ринку.

Для підтримки основних конкурентних переваг розроблено рекомендації щодо зміцнення кожної з конкурентних переваг та утримання лідируючої позиції торговельної марки на ринку.

ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМИ З ТОЧКИ ЗОРУ ПСИХОЛОГІЧНОГО АСПЕКТУ

Райко Д. В., Єгурнова Д. С.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

В умовах ринкової економіки продавці все більше уваги приділяють просуванню свого товару, якісних переваг, які відрізняють продукт від конкурентних пропозицій, та докладають максимальних зусиль, для того щоб саме їхня продукція запам'яталася споживачеві. Просування товару є лише одним із чотирьох компонентів комплексу маркетингу 4P: товар, ціна, поширювання та просування. Безперечно, просування за допомогою реклами грає важливу роль, проте ледве можна встановити однозначну пряму залежність між рекламою і продажем рекламованого товару. Деякі товари, які знаходяться за ієрархією задоволення потреб [2] на нижчому рівні, завідомо першочергові, і будуть купуватися більше, ніж товари, які задовольняють потреби останніх рівнів, незважаючи на рекламні намагання. Відома модель «чорної скрині» [1], яка ілюструє взаємодії факторів маркетингу, які впливають, серед яких і рекламні зусилля, інших збуджуючих факторів зовнішньої середовища, та внутрішніх афективно-когнитивних процесів прийняття рішення про покупку, приводить до висновку, що досі залишається незрозумілим, на основі впливу яких маркетингових зусиль, споживач робить висновок придбати товар чи ні, і яке місце у прийнятті цього рішення має вплив реклами на споживача, і з яких характеристик складається дієва «реклама, що продає», або навпаки – реклама, що змушує споживача звернутися до конкурента рекламованої продукції. Проблеми розпізнавання ефективності реклами, з точки зору психологічного аспекту, є емоції – роздратування, сором, страх, обурення, які у психології класифікуються, як негативні, можуть викликати зворотній від нього – позитивний ефект для ймовірності запом'ятовування реклами та подальшого вибору цього продукту. Головною метою впливу на психологію покупця для реклами [3] – є необхідність викликати зацікавленість покупця, використовуючи при цьому будь які емоційну привабливість, що може викликати як сильно-позитивне, так і жорстко-негативне сприйняття. Проблеми виявлення ефективності реклами на процес прийняття рішення споживача про покупку являє собою єдине ціле у ланцюжку реклама – товар – споживач, як результат аналізу даних, застосування суджень, заснованих на досвіді, емоційному фоні, особистостях споживача, тобто поєднання економічних, соціальних, психологічні аспектів.

Література:

1. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. /Ф. Котлер ; пер. с англ. под ред. Т. Р. Тэор. – СПб. : Нева, 2003. – 224 с.
2. Maslow A. H. Motivation and Personality. – New York: Harper & Row, 1954.
3. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы: Учеб. пособие/Науч. ред. М.В. Удальцова.— М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2007. – 230 с.

ОСОБЕННОСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ УКРАИНЫ

Райхлинг П., Перерва П.Г.

Магдебургский университет Отто-фон-Геррике, г. Мишкольц

В период социально - экономических преобразований задача обеспечения безопасного, устойчивого и стабильного развития банковской системы страны приобретает особую значимость, учитывая, что ее функционирования в современных условиях осложняется появлением кризисных явлений в различных сферах экономики. Банковская деятельность всегда связана с риском, возможной утечкой информации, наличием внутренних и внешних угроз. Поэтому вопрос обеспечения безопасности банков является очень актуальным. Так как основной причиной текущего глобального экономического кризиса и эпицентром событий мировая финансовая система, то именно ее нестабильность, просчеты и масштабы операций на мировых финансовых рынках привели к тому, что экономический кризис охватил все страны. Банковская же система является основной составляющей финансовой системы, поэтому вопрос финансовой безопасности банков выходят сегодня на первый план. Особенно актуальным этот вопрос является для банковской системы Украины, поскольку этапы роста неизбежно ведут к спадам и связанных с этим кризисных явлений. Актуальность темы определяется еще необходимостью решения концептуальных вопросов обеспечения безопасности банковской деятельности. Это обусловлено криминогенной ситуацией в государстве, активным действием имеющихся в Украине структур экономич разведки и международной организованной преступностью.

Основная цель безопасности банка - обеспечение конкурентоспособности как отдельного банка, так и банковской системы в целом на рынке банковских услуг и недопущения возможности получения убытков или потери части доходов в результате реализации внутренних и внешних угроз.

Финансовая безопасность банка - это такое состояние банка (банковской системы в целом), характеризующееся способностью противостоять возможным внешним и внутренним угрозам банковской деятельности для обеспечения нормального функционирования и развития в условиях дестабилизирующего воздействия окружающей среды и защищенности финансовых интересов заинтересованных сторон (владельцев, клиентов, работников, руководства, государства). Основная цель безопасности банка - обеспечение конкурентоспособности как отдельного банка, так и банковской системы в целом на рынке банковских услуг и недопущения возможности получения убытков в результате реализации внутренних и внешних угроз.

Література:

1. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. / А.О.Старостіна, Н.П.Гончарова, Є.В.Крикавський та ін.; за ред. А.О.Старостіної. – К.: Знання, 2009. – 1070 с.
2. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.

ЕВОЛЮЦІЯ ПРАКТИКИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ В СИСТЕМІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Рибалко-Рак Л.А., Гусаковська Т.О.,

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава

Система споживчої кооперації України є соціально-економічною системою, підсистемою системи управління народногосподарським комплексом країни, яка шляхом добровільного об'єднання громадян для ведення господарської діяльності, з метою поліпшення свого економічного та соціального становища, забезпечує багатоцільовий та багатогалузевий характер функціонування. Сфера торгівлі в системі споживчої кооперації є провідною, і визначається позитивним фінансовим результатом і рентабельністю порівняно з іншими видами діяльності системи в динаміці.

Оцінка стану, виявлення тенденцій і визначення основних напрямів розвитку торгівлі в сфері якості є важливою передумовою формування системи управління якістю. На основі проведеного моніторингу загальних тенденцій розвитку торгівлі на рівні Центральної спілки споживчих товариств, обласних спілок споживчих товариств сформувався висновок про наявність ключової проблеми – скорочення обсягів діяльності, вирішення якої можливо досягти шляхом вдосконалення загального менеджменту підприємств, організацій споживчої кооперації через формування системи управління якістю.

Обґрунтування системного характеру управління якістю в торгівлі споживчої кооперації шляхом аналізу й оцінки функцій апарату управління в процесі функціонування кооперативних підприємств, організацій відобразило відсутність системного підходу до проблеми. Разом із тим було встановлено, що виконання функцій сфери якості на рівні споживчого товариства, райспоживспілки, облспоживспілки покладено на загальні збори, дільничні збори, конференцію, відповідну раду, з'їзд, правління, ревізійну комісію (ревізора), професійний апарат управління відповідної споживспілки, товариства.

Характеристика інформаційного забезпечення управління якістю галузі торгівлі споживчої кооперації визначається значною документаційною базою відповідно до номенклатури справ. Це переважно директивні, нормативні, інструктивні та методичні документи, планові показники, нормативи, дані оперативного, статистичного, бухгалтерського обліку, всі види встановленої звітності, аналізи господарсько-фінансової діяльності, довідкові матеріали, списки, переліки, графіки, листи. Поряд у торгівлі споживчої кооперації має місце недокументована інформація, що потребує фіксування.

Інформаційне забезпечення торгівлі споживчої кооперації України, приведене у відповідність до вимог міжнародних стандартів ISO, забезпечить удосконалення діяльності підприємств, організацій за рахунок досягнення виконання вимог кожного працівника щодо забезпечення його необхідною інформацією для виконання конкретних посадових обов'язків.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГУ

Романчик А.В.

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

Електронний маркетинг ефективний засіб рекламної діяльності, який має низку серйозних переваг на відміну від інших видів реклами, хоча і вважається серед них наймолодшим. Перевага інтернет-реклами полягає в легкому впливі на вузькі кола цільової аудиторії, у скороченні відстані між рекламодавцем та споживачем. Тому використання можливостей кіберпростору стає щодалі популярнішим, а ефективність від інтернет-реклами зростає [1]. Інтернет - ідеальний засіб для створення реальних інтерактивних систем, необмежених у часі або рекламній площі. Серед загальних тенденцій слід зазначити бурхливий розвиток соціальних мереж. Соціальні медіа використовуються всюди і кількість реклами в соціальних мережах зростає з надзвичайною швидкістю. Практично кожен місяць в соціальних мережах по всьому світу з'являються нові рекламні інструменти. Facebook, Twitter і LinkedIn вже давно завоювали першість в цій справі, а Instagram, Pinterest та Snapchat швидко набирають обертів [2]. Соціальна мережа змогла створити рекламу, яка стала набагато менш нав'язливою і набагато ефективнішою. Багато брендів визнає соціальну мережу найбільш зручною для експериментів з рекламою. Бюджет реклами в соціальних мережах за останні роки подвоївся по всьому світу. У 2014 році він складав близько 16 млрд доларів США, а вже у 2016 році - 31 млрд. доларів США. На початку 2015 року соціальна мережа Instagram почала співпрацювати зі світовими брендами, щоб перевірити свою рекламу. У перший рік Instagram залучили вражаючі 595 мільйонів доларів. У 2016 році це число подвоїлося. Багато брендів визнає соціальну мережу Facebook найбільш зручною для експериментів з рекламою. На кінець другого кварталу 2016 року Facebook приніс дохід у розмірі 6,8 млрд. дол. США, у порівнянні з 4,3 млрд. дол. США роком раніше. В Україні витрати на рекламу почали зростати з 2015 року. Незважаючи на те, що в Україні і досі велику частку складає класична банерна реклама, протягом 2017 року на 7,9% спостерігалось зростання кількості реклами в соціальних мережах. Отже просування товарів та послуг в Інтернеті за допомогою нових форматів онлайн-реклами відкриває величезні можливості для власників сучасних підприємств.

Література:

1. Інтернет-реклама в Україні: статистика и распределение за 2017 год: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://hi-tech.ua/internet-reklama-v-ukraine-statistika-i-raspredelenie-za-2017-god/>
2. Підсумки року 2017. Всеукраїнська рекламна коаліція: [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <file:///D:/University/курсач/Рекл%20Ринок%20України%20Итоги%202017.pdf>
3. Романчик Т.В. Просування в системі маркетингових комунікацій: методологічні підходи / Т.В. Романчик // Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки). Зб. наук. пр.. – Х.: НТУ «ХПІ», 2017. – С. 26-29.

МІСЦЕ БЕЗПЕКИ У ТЕОРІЇ КОМУНІКАЦІЇ

Романчик Т.В.

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

Підприємства та організації перманентно перебувають в комунікаційному процесі. Комунікації, що є обов'язковою умовою забезпечення процесу взаємодії всіх компонентів внутрішнього середовища підприємства, а також забезпечуючи гармонізацію його інтересів з суб'єктами зовнішнього середовища, здійснюються шляхом інформаційно-психологічного контакту. Це є джерелом виникнення низки ризикоутворюючих факторів:

1) вільна взаємодія ринкових суб'єктів в конкурентному середовищі сприяє формуванню умов невизначеності;

2) взаємодія на ринку господарських структур призводить до виникнення відносин або узгодженості, або суперництва [1];

3) інформація стає об'єктом підвищеного інтересу і серйозним фактором ризику.

Рівень ризику у взаємодії контрагентів визначається рівнем узгодженості їх інтересів. Взаємодія, побудована на принципах узгодженості (несуперечливості, компромісу, адаптивності), є найбільш безпечною з точки зору ризиковості. Вона будується на основі врахування інтересів контрагентів, підпорядкування власних інтересів інтересам взаємодіючих сторін.

Умови узгодженості не виключають дії ризикових факторів. При цьому з'являється ризик інтеграції, заснований на невизначеності у взаєминах інтегрованих суб'єктів. Ризик в такому випадку є наслідком невинуватих очікувань, незадоволених інтересів, прихованості, подвійної гри контрагентів. Відмова від взаємодії і ринкове суперництво посилюють ступінь невизначеності і конкурентний ризик.

У такому контексті економічна безпека підприємства забезпечується пошуком оптимального співвідношення між усвідомленою відкритістю інформації, доцільністю комунікацій, безпекою взаємодії з контрагентами і рівнем ризику від дії зазначених факторів.

Література:

1. Грязев М.В., Коршунова Г.В. Г 928 Стратегические основы взаимодействия промышленных предприятий: монография / М.В. Грязев, Г.В. Коршунова. М: Издательский дом «ФИНАНСЫ И КРЕДИТ», 2012.360 с.

2. Романчик Т. В. Деякі аспекти економічної безпеки промислових підприємств / Т.В. Романчик // Тези доп. 24-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Інформаційні технології : наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я" (MicroCAD–2016), 18-20 травня 2016 р. / ред. Є.І. Сокол. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – С. 283.

3. Романчик Т.В. Економічна безпека підприємства: функціональні аспекти / Т.В. Романчик // Тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. "Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації", 30-31 березня 2017 р., Запоріжжя, – Запоріжжя : «Просвіта», 2017. – Т. 2.. –С. 372-374.

МАРКЕТИНГ МОЖЛИВОСТЕЙ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Савицька Н.Л., Жегус О.В.

Харківський державний університет харчування та торгівлі, м. Харків

В умовах загострення конкуренції, високих темпів змін у зовнішньому середовищі та темпів науково-технічного прогресу для забезпечення сталого розвитку суб'єктам господарювання необхідно проявляти підприємницьку та новаторську ініціативу і спрямовувати зусилля на пошук та формування можливостей для виробництва й просування своїх продуктів, діяти проактивно на випередження. Використовувати новий спосіб маркетингової діяльності, спрямований на виявлення майбутніх трендів та пошук інноваційних ідей їхньої реалізації на основі перспективного планування й безперервного створення нових перспектив. Адекватним способом адаптації до швидкоплинних та глибинних змін є маркетинг можливостей, який ґрунтується на принципах проактивності, інноваційності, креативності.

Маркетинг можливостей як інструмент ініціації змін і трансформацій підприємства використовується для пошуку та забезпечення нових перспектив на ринку. У контексті маркетингу можливостей розглядаємо такі складові як проектування майбутнього, проактивні дії та інноваційний маркетинг. Проектування майбутнього засновується на проведенні форсайт-досліджень, результати якого дозволяють прогнозувати майбутні тренди, визначати можливі варіанти розвитку майбутнього. Їх знання важливе для обґрунтування стратегічних планів розвитку підприємства, визначення вектору проактивних дій щодо формування конкурентних переваг, що, у свою чергу, вимагає активізації інноваційної діяльності.

Ринковий успіх підприємства багато в чому залежить від інновацій в сфері маркетингу. У загальному розумінні інноваційний маркетинг є сучасною концепцією ведення бізнесу, яка передбачає створення вдосконаленої або принципово нової продукції – інновації – і використання в процесі її створення та просування вдосконалених чи принципово нових інструментів, форм та методів маркетингу з метою більш ефективного задоволення потреб як споживачів, так і виробників. Особливого значення на сучасному етапі набувають маркетингові інновації, які спрямовані на більш повне задоволення все зростаючих потреб споживачів та їх вимог, розширення їх складу та засобів задоволення, посилення впливу маркетингу на поведінку споживачів, спонукання їх до здійснення купівлі, а також для відкриття нових ринків збуту з метою підвищення обсягів продажу. Маркетингові інновації тісно поєднуються, переплітаються та синергетично взаємодіють із продуктовими, процесними та організаційними інноваціями, які у сукупності сприяють створенню власними зусиллями нових перспектив розвитку. Таким чином, сучасний маркетинг не тільки сприяє виявленню та задоволенню потреб, а й їх передбаченню, що забезпечить суб'єкту господарювання готовність до їхнього задоволення.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА КОНТРОЛЬ ОПЕРАЦІЙ З ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ДЛЯ ЦІЛЕЙ УПРАВЛІННЯ

Савич В.Ф., Побережна Н.М.

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

Важливою складовою роботи управлінського персоналу є аналіз та облік фінансового результату підприємства. Для оцінки фінансової стійкості, стану, складу та структури фінансового результату необхідно під час управлінських рішень використовувати результати економічного аналізу та обліку. Такий підхід до системи управління вимагає від системи бухгалтерського обліку та економічного аналізу формування такої обліково-аналітичної інформації про формування та розподіл прибутку, яка б відповідала запитам користувачів і стратегії діяльності [1].

На підставі результатів проведення аналізу прибутку, управлінський персонал приймає рішення щодо напрямків фінансування підприємства за рахунок власних коштів; інвестори приймають рішення щодо формування портфелю цінних паперів, а кредитори визначають пріоритети щодо позик [1]. Функція аналізу фінансового стану та фінансових результатів є загальною, адже управлінському персоналу необхідно аналізувати та оцінювати інформацію на кожному етапі прогнозування та планування діяльності, реалізації завдань. Також управлінському персоналу необхідно володіти знаннями та навичками у бухгалтерському обліку для правильної інтерпретації даних фінансової звітності.

З огляду на сучасні тенденції в економіці для оптимізації управління необхідно: сформувати окрему підсистему управлінського обліку в загальній системі бухгалтерського обліку; використати принципи обліку фінансових результатів, впровадити центри відповідальності для здійснення процесу обліку прибутку; забезпечити постійний контроль, аналіз, моніторинг та оптимізацію витрат та заходів з управління ними [2].

Спираючись на результати економічного аналізу, керівництво зможе розробити та прийняти найкращі варіанти управлінських рішень, врахувавши перспективні результати діяльності підприємства. Подальші дослідження в питанні бухгалтерського обліку, аналізу та контролю для прийняття управлінських рішень сприятимуть оптимізації внутрішніх джерел фінансування, підвищенню прибутковості підприємств та досягненню макроекономічної стабільності в країні.

Література:

1. Панченко І.А. Використання результатів аналізу операцій з формування та розподілу прибутку під час прийняття управлінських рішень / І.А. Панченко. // Вісник ДонНУЕТ. – 2012. – №3. – С. 382–387.

2. Максимова А.В. Актуальні проблеми обліку, аналізу та контролю операцій з формування операцій та розподілу прибутку банку [Електронний ресурс] / А.В. Максимова. // Ефективна економіка. – 2014. – №11. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3520>

«ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛІЗМ» У ГЛОБАЛЬНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРИ

Савченко О.І., Побережна К.В.

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

Необхідно досліджувати як розвинені країни, так і країни, що розвиваються, з точки зору їхніх науково-дослідних робіт та залучення до сучасних суспільних проблем, таких як: економічне зростання, інклюзивний розвиток та екологічна стійкість, у все більш глобалізованому та взаємопов'язаному світі.

Мета роботи - проаналізувати зв'язки між НДДКР, патентами, інноваціями, підприємництвом та економічним зростанням країн у глобальному економічному просторі.

Глобалізація викликає дуже багато питань та отримує неоднозначні відповіді. Її хвалять за сприяння бізнесу, зростання торгівлі між країнами і зменшення бідності, а звинувачують у втраті робочих місць і «розмиванню» культури. У той час коли деякі країни успішно використовують її переваги, інші думають про перешкоди для захисту. Базуючись на широкому спектрі національних емпіричних та політичних досліджень, виникає широкий спектр питань щодо інновацій та інтелектуальної власності, які стосуються не лише Європи, а й усього світу [1]. Ці питання визначають роль патентів та ліцензування в управлінні технологіями та інноваціями, а також різні види використання та зловживання патентами. Відбуваються нові явища інтелектуальної власності у світі, де все більше патентування має справу з патентами транснаціональних компаній та країн Азії. Проте, всі погоджуються, що глобалізація - це багатовимірний і складний процес, який постійно змінює наше середовище. Замість того, щоб з'ясувати, переваги та недоліки глобалізації, важливо зрозуміти, як вона впливає на країни, організації та окремих осіб і бути готовими діяти в цьому контексті [2]. У сучасному світі, що стоїть перед проблемами, які вимагають інноваційних відповідей, необхідно мати рекомендації для зміцнення інновацій для економічного зростання і для подальшого розвитку соціальних цінностей. Інноваційні дослідження - розвиваються як міждисциплінарна сфера, яка відійшла від неокласичного мислення і охопила еволюційну теорію. «Інтелектуальний капіталізм» розвивається і управляє технологічними нововведеннями та різними формами підприємницької діяльності.

Література:

1. Savchenko Olga, Innovation processes in adverse institutional settings: connectedness and disconnectedness in three regions of Ukraine :Entrepreneurship, Innovation and Regional Development, Edward Elgar Publishing, Christos Kalantaridis, Svitlana Slava, Oleksandra Gumenna, Chenttenham, UK, Northampton, MA, USA, 2015 Part 1, pp.11-30
2. Savchenko O., Poberezhnyi R. 2017, European experience and Ukrainian realities in the policy of financial support entrepreneurial sector- Journal of Economics & Management, 30, 117-140.

ТРУДОВА МІГРАЦІЯ В УКРАЇНІ

Самарцева К. А.

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

Міграція – це переселення людей з одного регіону в інший, викликане різними причинами. Регіонів міграції населення України досить багато: Росія, Польща, Іспанія, Угорщина, Чеська Республіка, Португалія. Основні фактори, що визначають частоту трудових міграцій: особливості менталітету населення, близькість до державних кордонів України з іншими країнами, наявність великих міст з достатньою кількістю вакансій для мігрантів [5]. Основні причини міграції українців: низький рівень доходів населення, складність працевлаштування, особливо молодих фахівців і населення у віковій категорії 41-60 років. Більшість мігрантів це населення віком 15-34 років, переважна частина яких не планують повертатися в Україну у зв'язку з відсутністю подальших перспектив. Міграція в Україні головним чином має негативні наслідки, тим більше, що мігрують, як правило, висококваліфіковані фахівці [3]. Відтік робочої сили на даний момент викликає економічні втрати в 40 млрд грн на рік. Незважаючи на це, обсяги приватних переказів становлять значні суми і прогнозується зростання надходжень з 9,3 млрд дол. в 2017 р. до 11,6 млрд дол. в 2018 р. і 12,2 млрд дол. в 2019 р. [4]. Поряд з цим зменшується рівень безробіття, хоча в багатьох сферах спостерігається нестача кваліфікованої робочої сили. Існуюча нині диспропорція між попитом і пропозицією на ринку праці в подальшому може лише посилитися. В результаті відбувається зростання соціальної напруженості, втрата навичок, зниження кваліфікації. Також існує проблема «витікання мізків», яка нині є однією з головних [2]. Для зниження інтенсивності міграційних процесів необхідно створення гідних умов і оплати праці [1]. Також необхідна програма підтримки молоді, яка не має особливого досвіду, щодо забезпечення місцем роботи, введення будь-яких пільг для підприємств, що здійснюють працевлаштування людей старшого віку.

Література:

1. Максименко Я. А. Інтеграція України до світової економічної системи / Я. А. Максименко, Т. А. Дяченко // Економіка і управління в умовах глобалізації : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 1-7 грудня 2010 р. – Донецьк : [ДонНУЕТ], 2010. – Т. 3. – С. 286-288.
2. Максименко Я. А. Миграционные процессы в Украине: проблемы и перспективы / Я. А. Максименко, И. И. Хайло // Вестник Нац. техн. ун-та "ХПИ" : сб. науч. тр. Темат. вып. : Актуальные проблемы управления и финансово-хозяйственной деятельности предприятия. – Харьков : НТУ "ХПИ". – 2014. – № 23 (1066). – С. 40-47.
3. Максименко Я. А. Украина в системе международных экономических отношений / Я. А. Максименко, И. В. Гаврилова // Вестник Нац. техн. ун-та "ХПИ" : сб. науч. тр. Темат. вып. : Актуальные проблемы управления и финансово-хозяйственной деятельности предприятия. – Харьков : НТУ "ХПИ". – 2014. – № 23 (1066). – С. 33-39.
4. Объем денежных переводов в Украину от "заробитчан" может вырасти на 25%, – НБУ [Электронный ресурс] / Бизнес Цензор – Режим доступа: <https://biz.censor.net.ua/n3076270>
5. Самойлова И. А. Актуальные проблемы международной трудовой миграции // Бизнес Информ. – 2011. – №4. – С. 55–58.

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СТРАТЕГІЧНОМУ ПЛАНУВАННІ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Сахно Т.А.

Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси

Різні види ІТ-технологій дістали широкого розповсюдження в управлінні бізнес-процесами підприємства, а саме: системи автоматизації процесів виробництва, бухгалтерського обліку, взаємозв'язків із зовнішнім середовищем, технології управління ланцюжками поставок та корпоративне управління. Актуальним є питання розповсюдження такого досвіду і на органи місцевого самоврядування, зокрема стратегічного планування.

Стратегічний план розвитку громади – це дієвий інструмент викладення інтересів території, рішень та дій, методів досягнення загальної мети, який сприяє підвищенню фінансової самодостатності та конкурентоспроможності на регіональному та державному рівнях. Стратегічний план розвитку об'єднаних територіальних громад має відображати усі інтереси та потреби населення, містити процедури та терміни виконання поставлених завдань, фінансове та бюджетне забезпечення, охоплювати економічний, соціальний, екологічний напрями, передбачати моніторинг, аналіз, оцінювання територіального розвитку.

Використання інформаційних технологій у стратегічному плануванні розвитку територій має певні переваги щодо узгодження запланованих заходів між місцевою владою, підприємництвом та громадськістю; планування чітко визначає фінансові та ресурсні затрати; спільна праця згуртовує та стабілізує настрої суспільства; наявність стратегії приваблює інвесторів, кредиторів інших західних держав. Наявність стратегічного плану дій об'єднаної територіальної громади активізує місцеве населення до бажання та участі у громадському житті, формує впевненість у майбутньому та умотивовує до подальших дій, що забезпечать досягнення бажаних очікувань.

Поетапний перехід від автоматизації оперативних бізнес-процесів до автоматизації стратегії планування та управління територіальними громадами, надасть ширші можливості швидкого та якісного забезпечення інформацією, узгодження та контролю процесів між усіма учасниками формування стратегії об'єднаної територіальної громади.

Література:

1. Інформаційні системи і технології в економіці і управлінні [Електронний ресурс] – Режим доступу до журн. : https://studme.com.ua/105604128796/informatika/informatsionnye_tehnologii_organizatsionnogo_razvitiya_strategicheskogo_upravleniya_predpriyatiem.htm
2. Стратегічний план розвитку громади : [Електронний ресурс] [практичн. посіб. Вид. друге]. – К.: Асоціація міст України, 2016. – 65 с. Режим доступу до журн. : <https://auc.org.ua/sites/default/files/library/mod5web.pdf>

СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Селюченко Н.Є., Данилович Т.Б.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

У сучасних умовах все більша кількість підприємств заявляє про вибір стратегії сталого розвитку. Розглядають різні стратегії сталого розвитку підприємства [1]: вступна стратегія (introverted) – стратегія пом'якшення ризиків, що зосереджує увагу на законодавчих та інших зовнішніх стандартах, які стосуються екологічних і соціальних аспектів; екстраверт (extroverted) – легітимізуюча стратегія, яка зосереджується на зовнішніх зв'язках, отриманні ліцензій; консервативна стратегія (conservative) – стратегія ефективності, що фокусується на екологічній ефективності та екологічно чистому виробництві; прозорлива (передбачлива, далекозора) (visionary) – цілісна стратегія сталого розвитку, яка враховує питання сталого розвитку в усіх бізнес-процесах; конкурентоспроможні переваги на основі диференціації та інновацій забезпечують клієнтам та заінтересованим сторонам унікальні переваги. Вигоди від вибору стратегії сталого розвитку отримують як самі підприємства (зниження витрат і ризиків ведення бізнесу, посилення ринкових позицій, збільшення репутації бренду, підвищення конкурентоспроможності підприємства тощо), так і навколишнє середовище та суспільство у вигляді вирішення окремих екологічних чи соціальних проблем. Очевидним є, що охарактеризовані вище стратегії враховують насамперед економічні цілі підприємств.

Вибираючи стратегію сталого розвитку, менеджменту слід враховувати, що дійсно стійкий бізнес має змінити свою перспективу, намагаючись зрозуміти, як він може створити значний позитивний вплив у критичних сферах для суспільства та планети [2]. Традиційний підхід «зсередини», який використовує бізнес, має бути змінений на «зовнішній» підхід, подібно до соціального бізнесу. Такий рівень сталого розвитку – це зовсім інший стратегічний підхід до бізнесу. Підприємства проводять аналіз актуальних проблем сталого розвитку, з якими стикається суспільство, після чого беруть участь у розробленні нових стратегій та бізнес-моделей, які дадуть можливість подолати ці проблеми.

Література:

1. Rupert J. Baumgartner. Managing Corporate Sustainability and CSR: A Conceptual Framework Combining Values, Strategies and Instruments Contributing to Sustainable Development [Електронний ресурс] / Rupert J. Baumgartner. – Режим доступу: https://www.researchgate.net/profile/Rupert_Baumgartner/publication/259537222_Managing_Corporate_Sustainability_and_CSR_A_Conceptual_Framework_Combining_Values_Strategies_and_Instruments_Contributing_to_Sustainable_Development/links/59ef4c66aca2721ca5e9349b/Managing-Corporate-Sustainability-and-CSR-A-Conceptual-Framework-Combining-Values-Strategies-and-Instruments-Contributing-to-Sustainable-Development.pdf. – 2014.

2. Dyllick Thomas. Clarifying the Meaning of Sustainable Business: Introducing a Typology From Business-as-Usual to True Business Sustainability [Електронний ресурс] / Thomas Dyllick and Katrin Muff // Organization & Environment. – 2015. – Режим доступу: https://www.bsl-lausanne.ch/wp-content/uploads/2015/04/Dyllick-Muff-Clarifying-Publ-Online.full_.pdf.

МОДЕЛІ ОПТИМІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

Сергієнко О.А., Бутенко Є.В.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний університет», м. Харків

Головні принципи логістичного підходу вимагають інтеграції підходів щодо матеріального та технічного забезпечення, транспорту, виробництва, збуту і передачі інформації про товари та сировинну базу у єдину систему, що повинно підвищити ефективність роботи у кожній із сфер та загальну міжгалузеву ефективність. Завдяки сучасній концепції використання грошових коштів, закупка сировини і матеріалів стане більш раціональною, шляхом оптимізації системи постачання, переорганізації процесу виробництва і розподілу готової продукції, а також пов'язані з цим інформаційні потоки комунікацій. Отже, метою роботи є побудова комплексу моделей оцінки та аналізу ефективності логістичної діяльності виробничих систем з урахуванням всієї сукупності фінансово-економічних, виробничих процесів та існуючих підсистем і ланцюгів логістичної системи для розробки і обґрунтування шляхів вдосконалення існуючої логістичної системи. Пропонована модель управління логістичною діяльністю підприємства містить наступні блоки:

Блок 1 об'єднує завдання визначення цілей, завдань і стратегії здійснення логістичної діяльності підприємства.

Блок 2 – формування інформаційного простору для аналізу та оцінки ефективності логістичної діяльності підприємства.

Блок 3 передбачає оцінку результативності логістичної діяльності підприємств, відповідно до обраної стратегії логістичної діяльності та сформованої системи діагностичних показників.

Блок 4 передбачає оптимізацію логістичної системи підприємства з урахуванням часових та просторових горизонтів.

Блок 5 передбачає прийняття рішень щодо удосконалення роботи логістичного відділу підприємства.

Блок 6 передбачає вирішення завдань контролю за результатами здійснення логістичної діяльності, регулювання та корегування відхилень, що вирішуються на основі планової інформації щодо здійснення логістичної діяльності, інформації про загальні пріоритетні напрями розвитку. Завдання контролю полягає в перевірці відповідності отриманих результатів певним цілям і завданням розвитку.

Практичне значення результатів моделювання полягає в тому, що запропонований інструментарій може бути використаний в поточній управлінській діяльності підприємств з метою мінімізації логістичних витрат на основі моделей оптимізації розміру замовлення та вибору постачальника, параметричної транспортної моделі управління перевезеннями задля модернізації існуючої логістичної системи підприємства.

Література:

1. Сергієнко О.А. Побудова моделей оцінки та аналізу ефективності логістичної діяльності підприємств на основі SWOT-аналізу / О.А.Сергієнко, Є.В. Гадецька // БизнесИнформ. Научный информационный журнал. - Харьков: Издательский дом "ИНЖЕК", 2017. - № 1 (468). - С. 292 - 301.

ПОБУДОВА КОМПЛЕКСУ МОДЕЛЕЙ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАНЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сергієнко О.А., Миргородська А.С.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний університет», м. Харків

Ефективна діяльність сучасних підприємств вже не залежить тільки від наявності високотехнологічного устаткування чи інноваційних розробок. Ринковий успіх підприємств значною мірою залежить від покращення їх функціонування в гнучких ланцюгах постачань, від системної оптимізації комплексу процесів забезпечення, виробництва і збуту продукції на основі сучасних логістичних процесів організації руху матеріальних і інформаційних потоків. Реалії сучасного розвитку підприємств потребують удосконалення управління ланцюгами постачань як складової частини управління виробництвом в цілому, отже обґрунтованість дослідження даної проблематики є досить актуальним. Отже, метою дослідження є розробка моделі удосконалення логістичної системи, яка сприятиме оптимізації процесів управління ланцюгами постачань та виробництвом щодо забезпечення його ефективності. Пропонований модельний базис передбачає застосування системного та логістичного підходу, аналітичного та імітаційного моделювання. Аналіз здійснювався на основі результатів теоретичних досліджень щодо моделювання ланцюгів постачань на виробництві, практичної діяльності ПАТ «Харківська бісквітна фабрика». Відповідно до мети дослідження реалізація пропонованого інструментарію дозволяє вирішити наступний комплекс задач:

- визначення особливостей управління ланцюгами постачань з позицій системної логістики та виокремлення етапів управління ланцюгами постачань на виробництві;
- виокремлення та порівняльний аналіз методів та підходів до створення моделей ланцюгів постачань та їх агрегована імплементація;
- побудова імітаційної моделі логістичної системи щодо забезпечення ефективності процесу управління виробництвом на підприємстві;
- реалізація сценарних моделей вибору постачальників, пріоритетних запасів, логістичних ланцюгів постачань-розподілу на прикладі ПАТ «ХБФ».

Розроблені моделі демонструють організацію управління ланцюгами постачань на ПАТ «ХБФ», дозволяють здійснювати контроль за динамікою ланцюга постачань, регулювати, координувати та оптимізувати логістичну систему. Пропоновані рекомендації за результатами дослідження з удосконалення організації управління матеріальними потоками можуть також знайти практичне застосування на підприємствах харчової промисловості.

Література:

1. Костюченко Л. Концепція логістичного менеджменту в управлінні інтегрованою логістичною системою / Л. Костюченко // Проблеми економіки и управления на железнодорожном транспорте – ЭКУЖТ 2014. – К.: ГЭТУТ, 2014. – С. 303–308.
2. Сергієнко О.А. Побудова моделей оцінки та аналізу ефективності логістичної діяльності підприємств на основі SWOT-аналізу / О.А. Сергієнко, С.В. Гадецька, О.О. Матвєєва // БизнесИнформ. Научный информационный журнал. – Харьков: ИД "ИНЖЕК", 2017. - № 1 (468). – С. 292 – 301.

ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ ЯК СПЕЦИФІКА ПРОЦЕСУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Сидоренко Р.Р.

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

Швидкий розвиток електронної взаємодії може стати великим торговим стимулом, адже підвищення на міжнародному рівні конкурентоспроможності розвиваючих країн, може допомогти краще зрозуміти і освоїти різні боки електронної комерції: технічні, економічні, правові, регуляторні і навіть соціальні та культурні.

Цілі розвитку сучасної суспільства в перші десятиліття XXI століття:
-еволюційне вході в період глобальної трансформації громадських систем;
-перехід до нової інформаційної моделі розвитку.

Источники глобалізації:

-технологічний прогрес;

-лібералізація торгівлі та інших форм економічної лібералізації.

Ресурси нової економіки такі як: знання, інтернет, людський потенціал.

Економічне співробітництво направлено на збільшення товарооборота, формування механізмів реалізації договорів про розвиток зовнішній та внутрішній торгівлі.

Крім того, деякі дослідники стверджують, що поняття "електронна торгівля" передає значення англійського терміна "electronic commerce", оскільки включає в себе не тільки торгівлю, але і засоби її забезпечення (міжнародну систему стандартів, сумісність електронних версій документів, підписів тощо .)[2]

У ст. 2 проекту Закону про електронну торгівлю електронна торгівля розуміється, як діяльність фізичних і юридичних осіб з обміну електронними повідомленнями з метою здійснення операцій [1]

Інтернет – основний двигун розвитку економіки. Інтернет – економіка тільки в першій половині 2000 року створено в світі більше 600 000 робочих місць, опередивши за кількістю зайнятих сфери страхування та нерухомості.

Більше всього занято в секторі електронної торгівлі.

Доходи від інтернет економіки зростають у 2 рази швидше занятості.

Вплив електронної торгівлі на суспільство:

-підвищення рівня освіти

-створення нових робочих місць,

-ефективне використання людського капіталу.

Основна проблема – це вивчення можливостей для розвитку електронної торгівлі та електронної готовності.

Вивчення телекомунікаційної інфраструктури, електронного керівництва, інформаційної безпеки, людського капіталу, спільного климата

Література:

1. Карев Я.А. Электронные документы и сообщения в коммерческом обороте: правовое регулирование. — М.: Статут, 2006. — 320 с.

2. Перечень терминов, краткое описание процедур и договоренностей, принятых в рамках ВТО//Всемирная торговая организация: документы и комментарии. Под ред. С.А Смирнова. — М.: Іарант-Сервис, 2001. — 327 с.

ЕТАПИ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ

Силка І.В. Черепанова В.О.

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

Досвід розвинутих країн світу показує, що інтелектуальна власність (ІВ) сучасного підприємства є міцним фактором підвищення його конкурентоспроможності та ринкової вартості. Це вимагає управлінського впливу на процеси, що пов'язані з її використанням. В даній роботі розглянуто один із процесів управління інтелектуальною власністю, а саме процесний підхід.

Спостерігаючи на розвиток зарубіжних підприємств стає зрозуміло, що підприємства які прагнуть стати або бути конкурентоспроможними, а також підвищити свою капіталізацію в умовах курсу на євроінтеграцію та міжнародний ринок мають приділяти увагу питанням управління інтелектуальною власністю в залежності від стратегічних напрямів свого розвитку, після проведеного аналізу було визначено, що актуальним на даний момент є процесний підхід.

В основі процесного підходу покладено створення, використання та комерціалізація об'єктів ІВ для реалізації стратегій підприємств на ринку промислової продукції. Тому, головною метою процесного підходу в управлінні інтелектуальною власністю є пошук та впровадження шляхів їх створення, а також можливого придбання об'єктів інтелектуальної власності для подальшого впровадження на підприємстві.

Етапи щодо впровадження процесного підходу до управління ІВ в економічній літературі різняться. Так автор Семенова В.Г [1]. виділяє такі етапи управління інтелектуальною власністю підприємств на засадах процесного підходу: 1) визначення мети процесу формування інтелектуальної власності підприємства; 2) призначення «власника» процесу; 3) планування ресурсів, необхідних для забезпечення реалізації процесу формування інтелектуальної власності; 4) визначення взаємозв'язків та взаємодій з іншими процесами на підприємстві; 5) регламентація процесів та розробка супровідної документації; 6) визначення системи показників ефективності реалізації процесу формування інтелектуальної власності; 7) розробка графіка контрольних заходів; 8) аналіз відхилень показників від запланованого рівня; 9) формування системи заходів для подальшого вдосконалення процесу формування інтелектуальної власності. Але доцільним було би доповнити і ввести в цей список пункт «аналіз існуючих напрацювань в сфері ІВ», оскільки доцільним є використання готових об'єктів ІВ, а не розробка їх із самого початку.

Література:

1. Семенова В.Г. Етапи управління інтелектуальною власністю підприємств на засадах процесного підходу // БІЗНЕС ІНФОРМ № 6 '2015

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМАХ

Синіговець О.М.

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

Інтегральну оцінку стану розвитку інноваційної системи визначають міжнародні рейтинги. За результатами їх оцінок визначається інноваційний потенціал, технологічна і інноваційна конкурентоспроможність. Україна представлена в різних міжнародних рейтингах. Найбільш інноваційні країни за рейтингом інноваційного розвитку Bloomberg встановлюють показники витрат на дослідження та розробки, виробничої ефективності, патентної діяльності, освіти, концентрації дослідників, високотехнологічних підприємств. Згідно цього рейтингу один з найнижчих показників оцінки Україна отримала за невелику кількість інноваційних компаній.

Інноваційні підприємства конкурують на стадії інновацій, на основі їх інноваційного потенціалу за принципом ефективності. Ці підприємства впливаючи на оточення можуть змінювати середовище відповідно до власних вимог вигоди. В протилежність домінуванню нафтових компаній десять років тому, зараз сім з десяти найбільших підприємств світу є технологічні підприємства, великі технологічні підприємства стають більш домінуючими, забезпечують інноваційне, прискорене зростання, досягають світового лідерства. Вони виграють від глобалізації, виходячи на нові ринки.

Згідно дослідження зарубіжного досвіду важливим фактором нової стадії економічного зростання і змін є середні швидкозростаючі технологічні підприємства. Це ті підприємства, що здатні зростати на нових ринках, визнані значимими і пріоритетом розвитку, розробляються спеціальні програми їх підтримки і розвитку, створення сприятливих умов для їх зростання. Перспективні і конкурентоспроможні підприємства поглинаються більш великими, створюючи для них нові перспективи розвитку. Дослідження визначили, що зростанню малих інноваційних підприємств сприяє розвиток інфраструктури, середніх – розробка спеціальних програм. Нові механізми ведення інноваційної діяльності можуть бути втілені у виді стартапів, краудсорсингу, спін-компаній, аутсорсингу інновацій та інш. Великі підприємства створюють власні інкубатори, економічні стартапи. Стимулювання розвитку стартапів є пріоритетним напрямком лідируючих країн. Стартапи є фірмами, що створюються для швидкого зростання. Найчастіше ця форма ведення інноваційної діяльності застосовуються для фірм сфери ІТ. Основою таких фірм є хороша ідея, яка своєю новизною і незвичайністю потім робить такі підприємства привабливими для придбання. Як дорожня карта і для залучення зовнішнього фінансування стартап-проекту важливий також бізнес-план з детальним визначенням інформації проекту, проведенням аналізу ринку і підготовкою фінансової моделі. Завдання визначення оптимального бізнес-плану розвитку стартапа спочатку започаткувати, ідентифікувати і потім сформулювати можливість модифікувати стартап.

АДАПТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В КРИЗОВИХ УМОВАХ

Сиром'ятникова О.В.

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

Адаптивне управління в умовах мінливого навколишнього та внутрішнього середовища, що характеризується високим рівнем невизначеності, дозволяє не тільки вчасно виявити зовнішні загрози для підприємства, а й дає змогу на основі оцінки ситуації, враховуючи внутрішні сильні й слабкі сторони підприємства, приймати зважені управлінські рішення, що будуть спрямовані на запобігання кризових явищ або на ліквідацію їх наслідків у період подолання криз. Запорукою стабільного функціонування та адаптивного розвитку промислового підприємства може стати його еволюціонування, при цьому формування його структури залежить як від впливу зовнішнього середовища, що зумовлено складом і інтенсивністю факторів, які впливають безпосередньо на суб'єкт господарювання, так і від його внутрішніх властивостей. Найважливішою умовою виживання в кризових умовах виступає необхідність постійної адаптації. Склад факторів та сила їх впливу зумовлюють форми та параметри взаємодії суб'єкта господарювання із зовнішнім середовищем в контексті адаптивного управління. Суб'єкт господарювання, як об'єкт адаптації, може відчувати стабільну або структурну форму адаптації [1].

При стабільній адаптації суб'єкт господарювання еволюціонує під впливом субстаціонарних діючих сил, спираючись на властивості елементів своєї внутрішньої структури, і адаптація протікає без її зміни. Структурна адаптація протікає в кризових умовах, коли діючі сили стають нестаціонарними. При цьому слабкі зв'язки між елементами внутрішньої структури руйнуються. Як наслідок, можливі три варіанти розвитку підприємства: прогресивна структурна адаптація; регресивна структурна адаптація; загальна деградація структури суб'єкта, що призводить до кризи. При прогресивній структурній адаптації елементи структури під впливом факторів, сила яких поступово зростає, утворюють більш сильні зв'язки. Як наслідок, внутрішня структура посилюється, а суб'єкт господарювання набуває здатності витримувати значні зовнішні впливи. При регресивній структурній адаптації здатність витримувати зовнішній вплив знижується. Якщо за умови низької динамічності елементів вплив факторів збільшується дуже швидко, то слабкі зв'язки між елементами рвуться, а нові не встигають виникати. Структура об'єкта змінюється без її посилення – деградує. В умовах швидкої динаміки елементів може виникнути розрив зв'язків. Як наслідок виникає нова більш слабка структура, спостерігається її загальна деградація, що приводить до кризи.

Література:

1. Михайлова, О.П. Развитие эволюционной концепции адаптивного управления промышленным предприятием [Электронный ресурс] / Михайлова О. П. // Общество: политика, экономика, право ,2018. - № 8 (61). - С. 59-62.

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Сиром'ятникова О.В.

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

Успішне функціонування та розвиток закладів ресторанного бізнесу зумовлені його ефективним операційним та стратегічним управлінням та плануванням, що ґрунтується на управлінні всіма основними бізнес-процесами та їх оптимізації:

- оперативне управління підрозділами і службами підприємства (кухня, сервісне обслуговування, адміністрація, логістика, бухгалтерія, охорона, ІТ);
- управління та контроль ефективності маркетингової і рекламної політики;
- управління, планування і контроль фінансово-економічних показників діяльності підприємства;
- управління продажом, ціноутворенням і прибутковістю закладу;
- управління витратами і податкове планування;
- управління грошовими потоками та їх оптимізація
- управління персоналом, впровадження ефективної системи мотивації;
- технологічне управління підприємством: оновлення меню, дотримання товарної політики і її відповідності концепції закладу; оптимізація технологічних процесів; підвищення рівня сервісного обслуговування;
- планування перспективного розвитку підприємства.

Об'єктивно оцінити рівень розвитку суб'єкта ресторанного бізнесу можливо за допомогою постійного моніторингу ключових показників результативності та ефективності діяльності підприємства (KPI), що дозволить контролювати результати змін та проводити необхідні коригування на основі порівняння отриманих результатів з очікуваними або бажаними. Формування системи показників проводиться у відповідності з поставленим завданням/метою, такими як підвищення виручки, підвищення вартості середнього чека, оптимізація витрат, збільшення кількості відвідувачів, скорочення плинності кадрів, підвищення рівня мотивації співробітників та якості обслуговування та інші, що обумовлює їх склад та кількість. Вони групуються за різними функціональними напрямками: персонал і зайнятість, управління кухнею, зал і менеджмент, бар, продаж і маркетинг. Основні KPI-показники представляють собою кількісно вимірні показники фактично досягнутих результатів і витрачених на них ресурсів. В першу чергу управлінців цікавлять такі показники ефективності ресторану як виручка, фудкост, середня кількість гостей на чек, кількість чеків, кількість гостей, вартість середнього чеку, операційний прибуток, фонд оплати праці, інші операційні витрати. Розроблена система KPI-показників ресторану сприятиме досягненню його стратегічних і операційних цілей і дозволить оцінювати не тільки поточний стан підприємства ресторанного бізнесу, а й на перспективу, що дозволить своєчасно приймати дієві управлінські рішення і уникати можливих кризових ситуацій.

МАРКЕТИНГОВА ЛОГІСТИКА ЯК МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ

Сисоєв В.В.

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

Удосконалення управління збутовою діяльністю сучасних компаній ґрунтується на стратегічному поєднанні маркетингу, який виявляє, стимулює і формує попит, та логістики, що своєчасно задовольняє його за допомогою швидкої і точної поставки продукції кінцевим споживачам, з метою створення цінності для них в ланцюгах поставок.

Конвергенція маркетингу та логістики обумовлена переходом від ринку продавців до ринку покупця, глобалізацією промисловості, розвитком міжнародної торгівлі, переважанням нецінової конкуренції, швидким зростанням обслуговування споживачів, скороченням часу логістичних циклів, організаційною інтеграцією, розширенням компетентності споживачів та активним впровадженням товарозамінності.

Маркетингова логістика представляє собою аналіз, планування, організацію і контроль всіх операцій з переміщення та складування, пов'язаних з потоком готової продукції (у супроводі відповідних інформаційних, фінансових і сервісних потоків) від компанії-виробника до кінцевих споживачів, а також пов'язаних з ними каналів розподілу, що утворюються для організації і забезпечення взаємодії між компанією та її ринками збуту.

Виділяють такі сфери взаємодії маркетингу і логістики в діяльності компаній:

політика ціноутворення (формування ціни продукції з урахуванням логістичних витрат);

система розподілу (визначення учасників процесів купівлі-продажу та просування продукції на ринки збуту);

транспортно-складська система (визначення кількості та місць розташування складів, управління товарними запасами, вибір видів транспорту, типів транспортних засобів, способів та маршрутів доставки);

політика обслуговування споживачів (встановлення стандартів, гнучке регулювання рівня обслуговування, налагодження зворотного зв'язку з покупцями).

Маркетингова логістика охоплює діяльність компаній, яка забезпечує цілеспрямований вплив на ринки – за рахунок високого рівня поставки, постійної готовності поставки і відповідної презентації продукції для збереження і розвитку їх ринків збуту.

Інтеграція маркетингу і логістики має відбуватися на всіх ієрархічних рівнях управління компаній в стратегічному та операційному аспектах, що забезпечить не тільки оптимізацію їх збутової діяльності, але і підвищить ефективність функціонування компаній в цілому.

Реалізація маркетингової логістики, як механізму управління збутом, вимагає широкого використання сучасних інформаційних технологій, які дозволяють аналізувати і прогнозувати попит, управляти замовленнями, планувати асортимент продукції та послуг, регулювати рівень товарних запасів, формувати цінову політику та комунікації, оптимізувати доставку продукції тощо.

ОСНОВНІ ПРИЧИНИ КРИЗОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ ТЕПЛОПОСТАЧАННЯ м. ХАРКОВА

Ситник Є.Г., Власова Н.О.

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

Життєвий цикл підприємства складається з наступних періодів: виникнення, зростання, криза зростання, стабільність, криза стабільності, а потім або зростання, або спад і ліквідація. Керівництво підприємства зацікавлено в зростанні прибутку, а відповідно їх завдання стабілізувати стан підприємства у разі настання кризи. Криза підприємства - це крайнє загострення протиріч у ньому як соціально-економічній системі, що загрожує його життєдіяльності. Для запобігання настання кризи необхідно регулярно проводити аналіз діяльності підприємства. При цьому адекватне реагування на кризову ситуацію можливе лише на основі своєчасного виявлення причин виникнення кризи.

Яскравим прикладом підприємства Харкова, що знаходиться в кризовому стані є, КП «Харківські теплові мережі». Робота комунальних підприємств завжди викликає неоднозначні відгуки. Основною проблемою підприємства є збиток. На початок 2017 року він становив 1817,3 млн. грн., А до кінця року зріс до 3489,6 млн. грн. Велика частина збитків була понесена в результаті основної діяльності.

Причинами цього є

1. Розбіжність у термінах зміни цін на енергоносії та введенням в дію тарифів на виробництво, транспортування, постачання теплової енергії та відповідні послуги централізованого опалення та централізованого гарячого водопостачання.

2. Несвоєчасна компенсація з державного бюджету різниці в тарифах на теплову енергію, опалення та постачання гарячої води населенню, яка виникла у зв'язку з невідповідністю фактичної вартості теплової енергії та відповідних послуг встановленим тарифам.

3. Зниження рівня розрахунків споживачів теплопостачання в умовах різкого зростання вартості відповідних послуг для населення, питома вага якого у структурі споживачів підприємства становить близько 87 %, при одночасному зниженні його платоспроможності.

4. Неврегульованість діючого законодавства стосовно обов'язків та вимог до споживачів послуг теплопостачання в частині своєчасних розрахунків.

Для вирішення цих проблем необхідно:

- 1) зменшення витрат. Це може зменшити загальну суму збитку, проте таке зменшення буде незначним;
- 2) підняття питання синхронізації прийняття рішень про зміну тарифів на державному рівні. Тобто при піднятті вартості газу, одразу підіймається і тариф на теплопостачання. Це зменшить збитки від основного виду діяльності, проте різке підняття цін несе ризик зменшення виплат з боку населення;
- 3) більш жорстка кредитна політика підприємства.

ДО ПИТАННЯ ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ В АГРАРНІЙ СФЕРІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Сідельнікова І.В.

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

Для економіки України та її аграрної сфери на сучасному етапі характерним є суттєве зниження показників інноваційної активності, творчої діяльності підприємств у сфері нових видів продукції та технологій. Інноваційною діяльністю займається незначна кількість агропідприємств, переважна ж більшість із них взагалі у короткостроковій перспективі не ставлять перед собою таких завдань. У той же час лише за умови використання інновацій вітчизняний аграрний сектор здатний забезпечувати високоефективне, конкурентоспроможне агропродовольче виробництво, динамічне економічне зростання, виведення економіки країни на шлях сталого розвитку.

Як показують дослідження, основні гальмівні фактори агроінноваційної активності можна звести до наступних: відсутність сформованої законодавчої бази та цілісного бачення розвитку інноваційного процесу в аграрному секторі; недостатність фінансових ресурсів на інноваційну діяльність; низька доступність кредитів, державної підтримки для модернізації аграрного сектору і здійснення інноваційних змін; застаріла матеріально-технічна база науково-дослідних установ; невисока мотивація інноваційної діяльності; недостатня інформованість вчених; відсутність спеціалістів у галузі інноваційного менеджменту та ін. [1; 2].

Проведений аналіз проблеми дозволив визначити основні шляхи підвищення агроінноваційної активності: збільшення обсягів державної підтримки наукових досліджень і освоєння їх результатів у агропродовольчому виробництві; активізація діяльності державних академічних і галузевих науково-дослідних установ щодо співпраці з аграрними формуваннями, узгодження інтересів науково-дослідних установ, виробників аграрної продукції, держави; надання цілеспрямованої державної підтримки аграрним підприємствам, що здійснюють власні розробки інноваційного продукту та технологій; формування ефективною інноваційної інфраструктури; створення національної системи інформаційних і консультаційних послуг для сільськогосподарських виробників щодо наявності інновацій та можливостей їх використання; формування системи підготовки спеціалістів галузі, здатних адекватно сприймати та впроваджувати на практиці новітні розробки.

Література:

1. Дорош-Кізим М.М., Дадак О.О., Гачек Т.С. Інновації в аграрному секторі України в контексті розвитку європейської інтеграції. *Науковий вісник ЛНУВМБ імені С.З.Гжицького*. 2017. Т.19. №81. С.123-128.

2. Олійник О.В., Сідельнікова І.В. Агроінноваційна діяльність як ключовий чинник економічного зростання. *Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С.Сковороди «Економіка»: Зб. наук. пр. / За заг. ред. акад. НАПН України І.Ф.Прокопенка.* – Харків: ХНПУ, 2018. Вип. 18. С.51-61.

АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА КЛАСТЕРУ

Сікстіна Н.Г.

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

В роботі розглянуто фактори зовнішнього середовища виробничо-інноваційного кластеру. Динамічність мінливого зовнішнього середовища пов'язана як з традиційною сезонністю попиту, так і з ускладненнями в міжнародній обстановці, які призводять до «гарячкових» змін цін на міжнародному ринку, від яких до сих пір в значній мірі залежить успішність розвитку економічної системи. В результаті перед кластером при виході за межі країни з'являються нові передумови до порушення його стійкості, що, в свою чергу, вимагає суттєвого підвищення якості управління ним.

За умов функціонування промислового підприємства у складі кластеру, воно є відкритою системою й перебуває в безперервній взаємодії із зовнішнім середовищем і має з ним зворотній зв'язок. Для ефективного функціонування кластер має вивчати зміни в оточуючому середовищі, аналізувати їх і відповідно реагувати на них. На кластер впливає значна кількість зовнішніх факторів, які поділяться на дві групи: фактори непрямої та прямої дії. У загальному випадку стійка система здатна зберігати свої основні функції та їх параметри під впливом мінливих зовнішніх факторів. При змінах зовнішнього середовища ці функції і їх параметри не можуть бути незмінними, а обов'язково зазнають певних змін, причому ці зміни повинні перебувати в допустимих межах, щоб не допустити колапсу підприємства. Зовнішнє середовище виробничо-інноваційного кластеру знаходиться в постійній зміні, яке тягне за собою необхідність відповідної зміни внутрішнього середовища. Атрибутивною властивістю цих середовищ і їх змін є невизначеність. Екзогенні невизначеності в значній мірі провокують причини, що призводять до зниження, або навіть порушення, стійкості підприємства. Зокрема, до факторів прямого впливу відносять такі елементи, як споживачі, конкуренти, урядові установи, постачальники, фінансові організації та джерела трудових ресурсів, релевантні по відношенню до операцій організації. До факторів непрямого впливу відносять новостворювані технології, фінансово-економічний стан держави та світової економіки (наявність локального або глобального економічного спаду і інфляції). Ці фактори можуть не надавати впливу в сьогоденні, але в близькому або віддаленому майбутньому вони можуть вплинути опосередковано, шляхом впливу на фактори зовнішнього середовища прямого впливу.

Отже, обґрунтовано необхідність безперервного моніторингу факторів зовнішнього середовища функціонування виробничо-інноваційного кластеру, який перебуває під їхнім постійним досить мінливим впливом в умовах конкуренції. Для ефективної адаптації кластеру на зовнішньому ринку пропонується створення організаційно-економічного механізму, який забезпечить дієве реагування на мінливість потреб зовнішніх потенційних споживачів конкурентоспроможної продукції промислових підприємств у складі кластеру.

АУДИТ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ВИРОБНИЧО-ІННОВАЦІЙНОГО КЛАСТЕРУ

Сікестіна Н.Г.

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

В роботі розглянуто необхідність у сучасних мінливих умовах проведення аудиту ефективності діяльності вітчизняних промислових підприємств. Завдяки глобалізаційним процесам, підприємства останнім часом мають тенденцію об'єднання у кластери відповідно до напрямків їхнього розвитку. Специфіка вітчизняної економіки та розвиток ринкових відносин вимагають від підприємств постійного підтримання конкурентоспроможності, що можливо за умов виявлення резервів підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання. Саме цей факт зумовлює необхідність проведення аудиту ефективності діяльності підприємства [1]. Аудит ефективності (performance audit) має також іншу назву – «аудит цінності за гроші» (value-for-money audit). Філософія та методологія аудиту ефективності пояснюється у стандартах державного аудиту INTOSAI (1992) та посібнику INTOSAI з аудиту ефективності (2004). При аудиті ефективності господарської діяльності виробничо-інноваційного кластеру проводяться такі процедури:

- визначення рівня ефективності ринкової структури кластеру;
- аналіз розміру й тенденцій портфелю замовлень;
- аналіз іміджу кластеру серед конкурентів, громадськості й на міжнародному ринку;
- оцінка рівня конкурентоспроможності продукції (робіт, послуг) кластеру, які представлено на зовнішньому ринку;
- визначення факторів і результатів, здатних вплинути на майбутню ефективність за допомогою аналізу, логіки, математичних методів дослідження;
- практичне оцінювання кількості та якості виробничої ефективності за допомогою розрахунку загальних показників ефективності діяльності промислових підприємств у складі кластеру.

Ефективність діяльності промислових підприємств у складі кластеру оцінюється за допомогою показників рентабельності власного капіталу.

Отже, обґрунтовано необхідність проведення аудиту ефективності діяльності виробничо-інноваційного кластеру для забезпечення конкурентоспроможності продукції, яка призначена для реалізації на зовнішньому ринку.

Література:

1. Бурлан С.А. Аудит ефективності діяльності підприємства: методичний аспект / С.А. Бурлан, Н.В. Каткова // Проблеми економіки. – 2015. – № 1. – С. 187-193. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PeKon_2015_1_24

ПОДАТКОВИЙ КОНТРОЛЬ – СУТНІСТЬ І ПРИНЦИПИ

Сікестіна Н.Г., Цеми Уала Рен Бенедикт

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

В роботі розглянуто сутність категорії «податковий контроль» та його основні принципи. У Податковому кодексі України податковий контроль визначено як систему заходів, що вживаються контролюючими органами та координуються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну фінансову політику, з метою контролю правильності нарахування, повноти і своєчасності сплати податків і зборів, а також дотримання законодавства з питань регулювання обігу готівки, проведення розрахункових та касових операцій, патентування, ліцензування та іншого законодавства, контроль за дотриманням якого покладено на контролюючі органи (стаття 61). Об'єктом податкового контролю є податкові правовідносини між контролюючими органами та платниками податків.

Для цілей податкового контролю це визначення можна інтерпретувати як «основне вихідне положення теорії оподаткування у сфері здійснення податкового контролю».

Принципи податкового контролю мають поділятися на три групи: загальноправові, загальноуправлінські та спеціальні.

Загальноправові принципи: 1. Законність. 2. Юридична рівність. 3. Дотримання прав платника податків. 4. Гласність. 5. Відповідальність. 6. Захист прав платників податків.

Загальноуправлінські принципи: 1. Незалежність. 2. Планомірність. 3. Систематичність. 4. Об'єктивність та достовірність. 5. Координація та взаємодія. 6. Ефективність. 7. Економічність та доцільність. 8. Гнучкість.

Спеціальні принципи: 1. Загальність. 2. Єдність. 3. Територіальність. 4. Обмеження. 5. Конфіденційність. 6. Відшкодування шкоди.

Податковий контроль здійснюється шляхом: 1) ведення обліку платників податків; 2) інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності контролюючих органів; 3) перевірок та звірок відповідно до вимог цього Кодексу, а також перевірок щодо дотримання законодавства, контроль за дотриманням якого покладено на контролюючі органи, у порядку, встановленому законами України, що регулюють відповідну сферу правовідносин; 4) моніторингу контрольованих операцій та опитування посадових, уповноважених осіб та/або працівників платника податків відповідно до статті 39 цього Кодексу [1].

Отже, розглянуто сутність категорії «податковий контроль» та його основні принципи.

Література:

1. Податковий кодекс РОЗДІЛ II. АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКІВ, ЗБОРІВ, ПЛАТЕЖІВ / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/nk/spisok2/glava-5--podatkoviy-kontrol/>

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ЗАРУБІЖНОГО РИНКУ

Сітак І.Л., Гриньков О.М.

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

На сьогоднішній день, в умовах жорсткої економічної кризи утримання ринкових позицій та виживання на ринку є першочерговими завданнями, які постають перед компаніями. Перше, до чого слід звернутися у такій ситуації – це маркетингова політика компанії. Використання маркетингу в країні давно набуло широкої популярності та є невід'ємною частиною діяльності будь-якого підприємства. Виробництво нових товарів, встановлення цінової політики, системи розповсюдження, стимулювання продажів, все це нині підпадає під контроль маркетингових служб і контролюється у відповідності до маркетингової стратегії компанії. Комплекс маркетингу підприємства є основою всієї системи маркетингу і управління комплексом маркетингу стає головним завданням для досягнення успішності на ринку. Але система управління комплексом маркетингу не є універсальною для всіх підприємств, саме тому для випередження конкурентів необхідно шукати нові, оптимальніші підходи до аналізу та вдосконалення комплексу маркетингу підприємства.

Маркетингова діяльність в сучасних умовах повинна швидко і гнучко реагувати на постійні зміни в оточуючому ринковому середовищі.

На сучасному етапі комплекс маркетингу є стандартом в теорії та практиці маркетингової діяльності, але через швидкі зміни ринкового середовища та споживчих цінностей покупців концепція «4P» зазнала деяких доповнень. Зарубіжні та вітчизняні теоретики маркетингу, беручи за основу сформовану концепцію, доповнюють її новими елементами, що об'єднуються у такі моделі як «6P», «7P», «8P», «10P», «12P», тощо.

Жодна з нових концепцій комплексу маркетингу не може претендувати на заміну концепції «4P» в процесі управління маркетингом. Так комплекс «4C», «4A» та модель SIVA, логічніше розглядати як комплекс споживача, комплекс «4D» взагалі відбиває лише певні функції, різновиди маркетингу, деталізує вже існуюче, але не створює нових інструментів маркетингу, концепція «4E» охоплює лише гуманістичну сторону маркетингу і може доповнювати «4P» але не замінити, а комплекс «2P+2C+3S» застосовуватись лише в сфері електронного маркетингу.

Маркетингова діяльність в сучасних умовах повинна швидко і гнучко реагувати на постійні зміни в оточуючому ринковому середовищі. В процесі пошуку заходів для зростання попиту на продукцію товаровиробників науковці звертають все більшу увагу на дослідження питань удосконалення комплексу маркетингу і хоча поки що жоден з розроблених комплексів не може замінити традиційний комплекс «4P» дослідження по цьому питанню є невід'ємною складовою еволюції маркетингу.

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ НОВОГО ТОВАРУ ДЛЯ ЗАРУБІЖНИХ КЛІЄНТІВ

Сітак І.Л., Григор'єва О.О.

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

Розвиток сучасної економіки України характеризується високим рівнем динамічності та нестабільності. Така ситуація негативно впливає на діяльність суб'єктів господарювання, адже вони не завжди в змозі швидко адаптуватися до змін зовнішнього середовища, що призводить до зниження їх конкурентоспроможності. За таких умов впровадження нових товарів у всіх галузях економіки стає основою розвитку держави, галузі та підприємства. Саме тому, основною вимогою для підприємства, яке прагне закріпити конкурентні позиції на ринку в умовах висококонкурентного середовища є впровадження нових товарів для задоволення нових потреб споживачів та відповідності вимогам ринку.

Впровадження на ринок нових товарів дозволяє підприємствам стабілізувати збут, збільшити прибуток, підвищити ефективність розроблених маркетингових заходів, отримати переваги над конкурентами, а також вийти на новий рівень розвитку. Впровадження нових товарів на сьогоднішній день є тривалим процесом, який потребує комплексного підходу та є необхідним в сучасних ринкових умовах.

Отже, основними підходами до визначення сутності поняття «новий товар» є наступні: підхід, орієнтований на отримання прибутку; підхід, орієнтований на характеристики нового товару; ринково-орієнтований підхід; підхід, орієнтований на задоволення нових потреб споживачів; маркетинговий підхід.

В сучасних умовах висококонкурентного ринкового середовища найбільш актуальними визначеннями сутності поняття «новий товар» є визначення з точки зору маркетингового підходу. Такий підхід є комбінованим та враховує в першу чергу інтереси споживачів, а також направлений на максимальне задоволення їх потреб через прийняття оптимальних управлінських рішень в рамках конкретного ринку та здійснюється заради забезпечення максимізації прибутку підприємств.

Впровадження нового товару проходить через певні етапи, які дозволяють послідовно знайти ідею, розвинути її до повної концепції та, згодом, організувати виробництво. В наукових працях багатьох зарубіжних та вітчизняних науковців розглядаються питання щодо етапів впровадження нових товарів на ринок.

Основними етапами впровадження нового товару є наступні: прийняття рішення про впровадження нового товару; генерування ідей нового товару; оцінка ідей та остаточний вибір ідеї; розроблення концепції нового товару; аналіз ринку та розроблення стратегії маркетингу; проведення економічної доцільності; проектування нового товару; випробування нового товару; прийняття рішення про комерціалізацію; розгортання виробництва та збуту; оцінка результатів.

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Сітак І.Л., Хребтов М.І

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

Визначення оптимальної структури капіталу є специфічним завданням для будь-якої компанії. Навіть тоді, коли компанії, що належать одній і тій самій галузі, часто мають значні розбіжності структури капіталу. Для оцінки структури власного капіталу підприємства і прийняття рішення про її оптимізацію необхідно розуміти, який етап розвитку переживає компанія в поточний момент. Найбільш динамічною є стадія розвитку і диверсифікації бізнесу, коли доводиться приймати рішення про інвестиції та їх джерела. Методи фінансового моделювання допомагають визначити, за рахунок якого джерела найвигідніше здійснити інвестиції в компанію.

Оптимальна структура капіталу відображає таке співвідношення використання власного та позикового капіталу, за якого забезпечується найбільш ефективний взаємозв'язок між коефіцієнтами рентабельності власного капіталу та коефіцієнтом фінансової стійкості підприємства, тобто максимізації його ринкової вартості.

Процес оптимізації структури капіталу здійснюється у такій послідовності.

1. Аналіз складу капіталу в динаміці за низку періодів (кварталів, років) та тенденцій зміни його структури, а також впливу, який вони здійснюють на фінансову стійкість та ефективність використання капіталу.

2. Оцінка основних факторів, що визначають структуру капіталу. До них належать:

- галузеві особливості операційної діяльності;
- стадія життєвого циклу підприємства;
- кон'юнктура фінансового ринку;
- рівень рентабельності операційної діяльності;
- податковий тиск на компанію;
- ступінь концентрації акціонерного капіталу.

3. Оптимізація структури капіталу за критерієм максимізації рівня фінансової рентабельності. Для таких розрахунків був обраний критерій, який найбільш повно відображає вплив ефективності сформованих джерел фінансування на збільшення доходності вкладених власниками коштів, тобто максимізації фінансової рентабельності. Також для проведення таких оптимізаційних розрахунків використовується механізм фінансового важеля.

Оптимальна структура капіталу являє собою таке співвідношення власних і позикових джерел, за якого максимізується ринкова вартість підприємства. Таким чином, управління структурою капіталу підприємства можна звести до таких трьох моментів, як: визначення загальної потреби в капіталі; оцінка вартості капіталу під час його запозичення з різних джерел фінансового ринку; оптимізація фінансової структури капіталу, тобто встановлення такого співвідношення його власних і позикових джерел, за якого забезпечується найбільш високий рівень фінансової стійкості підприємства.

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ CALS- КОНЦЕПЦІЇ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇЇГО ЗАСТОСУВАННЯ У УКРАЇНІ

Скворчевський О. Є.

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

В теперішній час найбільш затребуваним засобом реалізації інтегрованої логістичної підтримки життєвого циклу високотехнологічної продукції, наприклад зразків озброєння та військової техніки (ОВТ) є CALS-концепції (Continuous Acquisition and Life Cycle Support concept). Флагманом цього напрямку залишаються Сполучені штати Америки, де вона зародилася ще в середині 80-х років ХХ ст. Для інших країн, не зважаючи на дуже високий рівень стандартизації у цій сфері, існують національні особливості імплементації CALS-концепції в практику менеджменту життєвого циклу зразків високотехнологічної продукції. Виявлення викликів, що виникали у європейських партнерів на шляху впровадження CALS-концепції є дуже важливим для застосування цих технологій та систем у вітчизняному оборонно-промисловому комплексі та силових структурах. Розглянемо та узагальнимо досвід впровадження інтегрованої логістичної підтримки життєвого циклу зразків ОВТ на основі CALS-технологій та систем у Французькій Республіці, Іспанії, Італії та Німеччині [1-4 та ін.].

Досвід Французької Республіки показує нам, що спочатку стандарти ISO та внутрішні стандарти та специфікації NATO потрібно приймати без примусового правозастосування та лише через деякий час робити їх обов'язковими для усіх учасників життєвого циклу ОВТ. В Іспанії спеціалісти приділяють значну увагу прозорості ціноутворенню життєвого циклу зразків ОВТ. В Збройних Силах Італії перспективним вважається до так званої логістика ефективності – performance-based logistics. Так що армія не зразок озброєння, а результат виконання поставленої задачі із певною ефективністю, набір показників (метрика) для оцінки якої визначений заздалегідь. На початковому етапі розвитку CALS-концепції в Україні дуже важливим є досвід Німеччини де існує CALS-форум – майданчик, що об'єднує спеціалістів в цій сфері.

Література:

1. PLCS (Product Life Cycle Support) for Data Sharing between French MoD and Industry – Ratification, Experimentation and Implementation / 9th NATO LCM Conference, 29 January 2013 y. – 38 p. Access mode: http://www.asd-ssg.org/c/document_library/get_file?p_l_id=47316&folderId=47379
2. Javier Pastor Sánchez Life cycle cost estimation procedure for a weapon system in Spain / Javier Pastor Sánchez // Journal of the Spanish institute for strategic studies/ - 2015. – № 6. – С. 1-40. Access mode: <http://revista.ieee.es/index.php/iee>
3. Ungaro Alessandro R. Italian Defence Reform: Toward a New Logistics Support Model? / Alessandro R. Ungaro, Paola Sartori and Federico Palmieri // Documenti Instituto Affari Internazionali. ISSN 2280-6164 – July 2017. – 14 p. 4.
4. Janatschek Peter Standards and Specifications The Basis for Life Cycle Management in NATO // Janatschek Peter / Data Group. S-Series Specification Day S1000 User Forum. – 2013. – 17 p.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Скотнікова Л.П.

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

Малий бізнес, як сектор економіки, забезпечує гнучкість та стійкість економічної системи, спрямовує її до потреб конкретних споживачів, виконує важливу соціальну роль – надає робочі місця та забезпечує джерело доходу значному прошарку населення. Необхідно сприяти розвитку вітчизняного малого підприємництва. За умов глобалізації національної економічної системи, посилення конкуренції мале підприємництво стикається з певними проблемами: недостатня підтримка з боку держави, податковий тиск, недосконале консультативне забезпечення. Складнощі з отримання кредитів стримує розвиток малого бізнесу. За даними дослідження Європейської Бізнес-Асоціації 82 % компаній потребують кредитних коштів. При цьому 65% опитаних мають з цим труднощі, із них для 15,5% залучення кредитів неможливе. Інфляція, податкове навантаження, висока корупція та нестача кваліфікованих фахівців – основні чинники негативної оцінки бізнес-клімату.

Економічний стан та конкурентоспроможність підприємства залежить від багатьох факторів. Макроекономічні фактори – загальний стан і тенденції економічного розвитку держави, динаміка економічного росту, рівень попиту та пропозиції на зовнішньому та внутрішньому ринках. Мікроекономічні фактори - власні заощадження, розмір майна, впровадження науково-технічних досліджень, тощо. Дослідження проблемних аспектів діяльності вітчизняного малого бізнесу спонукає до визначення перспектив його розвитку за наявних умов. Насамперед необхідно змінити підходи до формування державної політики у цій сфері: усунення надмірного державного регулювання, підвищення рівня виконавчої дисципліни, ліквідація корупції, забезпечення стимулів до самостійної економічної діяльності громадян.

Для отримання бажаної зміни результативності, структури і потенціалу малого підприємництва необхідно провести роботу в таких напрямках:

- нормативно-правова підтримка;
- фінансово-кредитна підтримка;
- сприяння забезпечення доступу малого бізнесу до сучасних технологій;
- підтримка розвитку маломасштабних ринків товарів і послуг;
- сприяння розвитку недержавної інфраструктури підтримки малого бізнесу;
- сприяння захисту інтересів малого бізнесу, безпеки і соціальної захищеності підприємців;
- формування сприятливого соціально-психологічного середовища для малого підприємництва;
- організувати інформаційне, консультативне та кадрове забезпечення;
- підвищити дієвість роботи громадських організацій малого підприємництва.

ЗАСТОСУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ УСПІШНОЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Смагло К. І.

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

Оскільки, зовнішньоекономічна діяльність підприємств представляє собою сферу господарської діяльності, яка «... пов'язана з міжнародною виробничою й науково-технічною кооперацією, експортом і імпортом продукції, виходом підприємства на зовнішній ринок» [1], а логістичний менеджмент – це комплексна система управління матеріальними та інформаційними потоками, то здається доцільним розглядати зовнішньоекономічну діяльність підприємств з точки зору логістичного менеджменту. Доцільність поєднання менеджменту і логістики розглядається в роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, але теорія не завжди відповідає практиці існування вітчизняних підприємств.

«Щоб вижити у системі сучасних ринкових відносин та наростити конкурентні переваги вітчизняним підприємствам слід не тільки оптимізувати використання власного ресурсу, обмеженого ситуацією системної кризи в країні, а й запровадити логістичний підхід у систему управління підприємствами» [2]. «Об'єктивний характер необхідності використання логістичного підходу до будь-яких виробничо-комерційних процесів обумовлений загальноекономічними особливостями розвитку промислового виробництва в умовах інтеграційних процесів, пов'язаних з глобалізацією. Динамічна невизначеність факторів зовнішнього середовища супроводжує ці процеси» [3]. Оскільки процес змін є безперервним явищем, а адаптування до цих змін - об'єктом управління виробничими системами (підприємствами) у ході реалізації цілей, зокрема, зовнішньоекономічних, то впровадження логістичного підходу у діяльність виробничих систем є перспективним у пристосуванні до нових умов їхнього функціонування [3].

Література:

1. Електронний ресурс. Режим доступу: http://expeditor.com.ua/ua/info_zed/pub/121
2. Гармаш С. В. Інтеграція логістичних функцій в рамках логістичного менеджменту у системі управління сучасним промисловим підприємством / С. В. Гармаш // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 104–107.
3. Гармаш С. В. Логістичний підхід як фактор підвищення ефективності управління виробничими системами в сучасних умовах / С. В. Гармаш, А. В. Дрозд // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2015. – № 59 (1168). – С. 171-174.

РОЗВИТОК СТАРТ-АП РУХУ В УКРАЇНІ

Смачило В.В., Кузьменко І.М.

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

Сучасний розвиток економіки забезпечується комерціалізацією інноваційних розробок та креативних ідей. Великої популярності набирає сучасна форма започаткування та відбору бізнесу як старт-ап. Вважається, що першим американським старт-апом була широковідома зараз компанія Х'юлет Пакерд. Старт-апом вважається команда з інноваційною ідеєю, яка на є ще юридично оформленою, а ідея – не комерціалізованою.

Широке поширення старт-ап руху в світі не оминуло й Україну. Існує цілий ряд українських старт-апів, відомих далеко за її межами та які є успішними, тобто такими, що генерують прибуток та капіталізують власну вартість. До їх числа слід віднести: Grammarly (програма, що відстежує в англійському тексті синтаксичні і граматичні помилки, виправляє неправильні вирази, перевіряє текст на плагіат); PetCube (пристрій для взаємодії з домашніми тваринами на відстані через мобільний додаток); Lametric (розумний настільний годинник, що може показувати не лише час, а й виводити інформацію про погоду, новини, повідомлення у соціальних мережах).

Найбільше старт-апів в нашій країні припадає на сектор ІТ (інформаційно-комп'ютерні технології), який є провідним драйвером зростання вітчизняної економіки. Така тенденція характерна й для інших країн - популярно фінансувати в проекти, пов'язані зі штучним інтелектом, машинним навчанням, блокчейном і криптовалютою. Тобто, інтернетизація та компютеризація всіх процесів є визначальним трендом розвитку світу.

Окрім ІТ, слід виділити й інші пріоритетні для створення старт-апів та інвестування в них галузі: охорона здоров'я; розвиток біотехнологій, мобільні технології та телекомунікації; альтернативна енергетика та захист навколишнього середовища; житлово-комунальні послуги; промисловість.

Державна та регіональна підтримка старт-ап руху є запорукою створення нових робочих місць з гідною заробітною платою, забезпечить зростання конкурентоспроможності регіону та країни, допоможе залучити інвестиції, в т.ч. й від міжнародних донорів. Вона передбачає наявність та дієві механізми функціонування венчурних фондів і інвестиційних компаній, бізнес-інкубаторів і акселераторів, бізнес-ангелів і серійних інноваційних підприємств.

Саме тому, слід відмітити ініціативу Харківської міської Ради, яка пропонує внесення у якості пріоритетної мети в нову стратегію розвитку м. Харкова підтримку та розвиток старт-ап руху на Харківщині. Передбачається забезпечення старт-ап інфраструктурою та фінансова підтримка перспективних стартапів. Для цього є всі передумови – високий інтелектуальний потенціал, велика кількість студентів та підтримка місцевої влади.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В БУДІВЕЛЬНІЙ СФЕРІ

Смачило В.В., Халіна В.Ю.

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

Базуючись на ґрунтовних авторських дослідженнях, до особливостей формування кадрового потенціалу в будівництві слід віднести: особливості підготовки кадрів для сфери будівництва, особливості підбору персоналу та особливості управління персоналом у сфері будівництва

На першому етапі здійснюється підготовка кадрів, тобто майбутніх фахівців в сфері будівництва. Участь власне будівельних організацій в цьому процесі часто є опосередкованою, хоча специфіка галузі вимагає постійної співпраці закладів освіти та роботодавців для більш якісної підготовки майбутніх будівельників. Загалом система освіти в сфері будівництва потребує оновлення та осучаснення освітніх програм, прив'язки їх до існуючих технологій, більш ґрунтовної практичної підготовки з впровадженням дуальної освіти та формування бази майбутнього (безпосередня робота зі студентською аудиторією).

Відмінності формування кадрового потенціалу в сфері будівництва ґрунтуються, перш за все, на специфіці самої галузі будівництва, таких як унікальність переважної більшості об'єктів будівництва; значна тривалість реалізації будівельних проектів; залежність значної частини робіт від погодних умов; значна тривалість будівництва (як правило, понад 1 року); велика кількість учасників; складний процес організації документообігу; тривалий життєвий цикл продукції будівництва (може бути більше 100 років) в сукупності з необхідністю забезпечення безпеки експлуатації об'єктів будівництва протягом усього циклу; багатостадійність реалізації будівельних проектів. За даними Державної служби зайнятості представники робочих спеціальностей і фахівці в сфері будівництва та архітектури протягом останніх кількох років стабільно потрапляють в перелік найбільш затребуваних кадрів на ринку праці. Їх дефіцит підтверджують і представники будівельного сектора. Перша причина відтоку – виїзд робочих закордон. Але фахівці прогнозують, що такого масового відтоку робочих, який спостерігався з наданням Україні безвізового режиму, найближчим часом вже не буде, ситуація починає вирівнюватися.

Очевидно, що особливості та негативні явища першого етапу формування кадрового потенціалу в будівельній галузі, тобто підготовка кадрів, мають безпосередній вплив на підбір персоналу для будівельних організацій. Проте використання відносно нових для України методів працевлаштування персоналу (аутсорсинг, аутстафінг) дають можливість не лише економії коштів, але й збільшення ефективності виробничого процесу та скорочення термінів виконання робіт.

КРИТЕРІЇ ХАРАКТЕРИСТИК КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Смачило В.В., Цесельська К.А.

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

Глобалізаційна та інноваційні процеси, якими охоплені всі сфери суспільства, змінюють умови до управління людиною в соціально-економічних процесах, актуалізуючи дослідження в сфері обґрунтування критеріїв та необхідних характеристик. Сучасні тренди в управлінні людиною в процесі праці вимагають чіткого метричного розуміння бажаних характеристик співробітників високої кваліфікації, які уособлюють собою кадровий потенціал на підприємстві. Це обумовлює необхідність їх формування на основі ряду критеріїв.

На основі авторських досліджень було визначено сутнісне навантаження вказаної категорії, яке передбачає семантичний аналіз понять «здібності», «можливості», «характеристики», «кількісні характеристики», «якісні характеристики». Аналіз визначень, що наведені в словниках, дозволив зупинитися на розумінні «здібностей» як внутрішньої властивості індивіда та їх визначенні як: «психологічні особливості людини, від яких залежить успішність отримання знань, умінь, навичок, але які до наявності цих знань, умінь і навичок не зводяться; проявляються лише в діяльності, яка не може здійснюватися без наявності цих здібностей; виявляється не в знаннях, уміннях і навичках як таких, а в динаміці їх отримання (наскільки швидко, глибоко, легко і міцно здійснюється процес оволодіння знаннями та вміннями, важливими для даної діяльності)». Можливості доцільно розглядати як зовнішні умови, сприятливі для чого-небудь, обставин, які допомагають чомусь. Виходячи з наведених визначень логічно розглядати кадровий потенціал підприємства як сукупність здібностей та можливостей.

Характеристика, як особлива ознака якоїсь певної сторони кадрового потенціалу, може бути якісна або кількісна.

Запропоновано для відбору характеристик кадрового потенціалу підприємства застосовувати адаптовані SMART-критерії. Дана абревіатура відповідає англійському слову «розумний» (*smart*) і була введена в науковий обіг ще у 1954р. П. Друкером та використовується для формулювання цілей. При цьому значення літер варіюється різними авторами. Відповідно до мети дослідження передбачено таке розкриття абревіатури SMART: конкретність (S - specific), вимірюваність (M - measurable), бажаність та/або узгодженість з більш високим рівнем (A - acceptable, agreed upon), значимість та/або доцільність (R - relevant, reasonable), а також перехідність, змінність (T - transitionable). Останнє трактування пропонується автором для відбору кількісних та якісних характеристик кадрового потенціалу підприємства та подальше їх зведення у відповідні компоненти.

УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Смачило В.В., Ярець М.В.

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

Євроінтеграційний вектор розвитку соціально-економічної системи України вимагає дослідження європейських практик господарювання та їх адаптаційної імплементації у вітчизняні реалії виходячи з глобальної соціалізації економічних процесів. Слід відмітити, що бізнес європейських країн, незалежно від ступеню втручання держави в ринкові механізми, базується на принципах прозорості та відповідальності, які стають тими конкурентними перевагами, що дозволяють підвищувати не лише безпосередньо економічний ефект підприємства, а й дифузійний соціальний ефект. Відповідно, вітчизняні компанії будь-якої сфери господарювання, з метою побудови інноваційної економіки, повинні враховувати вказані принципи у своїй господарській практиці. Описані зміни вимагають від всіх вітчизняних суб'єктів господарювання інтегруватися в світовий економічний простір на засадах соціальної відповідальності, що обумовить створення в Україні соціальної економіки. Важливою сферою господарювання країни є будівництво, яке має ряд специфічних особливостей, котрі впливають на динаміку впровадження практик соціально відповідального бізнесу в їх діяльність.

Соціально відповідальною є діяльність, в якій використовуються лише такі способи досягнення цілей, які не завдають шкоди людям, природі, суспільству. На основі проведених досліджень, із застосуванням методу ієрархій Т. Сааті, було визначено пріоритетні напрямки соціальної відповідальності будівельних підприємств: критерій результативності, критерій корисності, критерій вартості.

У роботі досліджено теоретичні аспекти впровадження соціальної відповідальності в діяльність підприємств, визначено її сутність, розглянуто її види та можливі напрямки реалізації. Обґрунтовано складові та сформовано соціальний пакет за принципом шведського столу, визначено ступінь впливу на показник ефективності праці – продуктивність та встановлено соціальну й економічну доцільність впровадження розробленого соціального пакету як інструменту соціальної відповідальності в діяльність будівельного підприємства - ТДВ «Житлобуд-2».

Слід відмітити, що соціальна відповідальність є невід'ємною складовою успішної діяльності для великих компаній розвинутих країн світу, а для країн, які вступають до Євросоюзу, участь у впровадженні соціальної відповідальності є неодмінною умовою. Тому важливість дослідження даної проблеми очевидне і буде представлене в перспективі у більш детальному обґрунтуванні.

ВПЛИВ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ЗМІНУ СТРУКТУРИ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ТА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Смоловик Р.Ф., Линник О.І.

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

В умовах глобалізації світова практика підприємництва вирішує питання не тільки виробничого характеру, а і забезпечення багатьох соціальних потреб населення. Тому на перший план виходить соціальна направленість економічних систем. Основою формування такої діяльності мають бути інноваційні безвідходні технології, екологічно чисті виробничі процеси, відповідні засоби та предмети праці. На макрорівні глобалізаційні процеси вирішують соціальну задачу перерозподілу трудових ресурсів зі сфери виробництва в сферу послуг. У зв'язку з цим виникає декілька важливих проблемних питань: питання якісного забезпечення сфери послуг, особливо це стосується галузі громадського харчування, ресторанного бізнесу; питання підготовки технічної бази, оснащення відповідними засобами, предметами праці, трудовими і фінансовими ресурсами; питання підготовки та підвищення кваліфікації працівників, що зайняті у сфері послуг.

Метою дослідження є аналіз і характеристика інтелектуального потенціалу трудових ресурсів підприємства і його ролі в підвищенні ефективності управління економічною діяльністю підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Готельно-ресторанна сфера, як одна з високорентабельних галузей світової економіки, у XXI столітті стає провідним напрямом економічного і соціального розвитку України. Міжнародний досвід свідчить, що необхідною передумовою активного та успішного просування цієї галузі на ринок держави є сучасна туристична інфраструктура. Туризм формує економіку багатьох держав, стає важливим чинником стабільного розвитку. Вважається, що, завдяки готельному бізнесу, отримують розвиток також і інші сегменти економіки, такі, як транспорт, зв'язок, торгівля, ресторанна справа та ін. Створення високоефективного готельного та ресторанного господарства відіграє важливе значення і стає одним з пріоритетних напрямів структурної перебудови економіки України.

Література:

1. Смоловик Р.Ф. Особливості адаптивного управління в умовах допоміжного виробництва / Р.Ф. Смоловик, О.І. Линник, О. М. Бондаренко // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків: НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 21-25.
2. Смоловик Р.Ф. Некоторые проблемы оценки, учета и анализа интеллектуального труда на промышленном предприятии: отечественный и зарубежный аспект/ Р.Ф. Смоловик, О.І. Линник // Причорноморські економічні студії. – 2018. – Вип. 31 . – С. 69-72.

СУЧАСНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ

Соколова Л.В., Верясова Г.М.

Харківський національний університет радіоелектроніки, м. Харків

У сучасних умовах Євроінтеграції України у міжнародне економічне співтовариство маркетинг є одним із найважливіших елементів зростання та посилення конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств на зовнішніх ринках. Без сумніву, маркетинг в Україні динамічно розвивається, тому що у теперішній час конкретного успіху на ринку досягають ті підприємства, які проявляють спроможність швидко й ефективно розвивати свій маркетинг, свій ринок, орієнтуючись на споживача, на задоволення їх потреб. У цей час підсилюється роль фахівців у сфері маркетингу та зростає значення рівня їх компетентності у маркетинговій діяльності підприємств [1]. Це обумовлено тим, що суть праці маркетологів полягає у мистецтві, яке повинне бути направлене на виявлення потреб споживачів, пошуку шляхів їхнього задоволення і, як наслідок, збільшення обсягів продажу підприємства.

Однак наступив той час, коли невизначеність, нестабільність, мінливість бізнес-середовища промислових підприємств обумовили непередбачуваність, непрогнозованість отримання результатів ринкової діяльності суб'єктів господарювання. При цьому почали загострюватися проблеми самого маркетингу, котрі пов'язані з переповненням та насиченістю більшості ринків великою кількістю товарів та послуг, що є наслідком посилення конкуренції. За таких умов більшість підприємств починають шукати нові шляхи та напрямки ведення бізнесу, оскільки використання стандартних прийомів та методів стає менш дієвим. Системою нетрадиційних методів розробки та просування товарів і послуг, що дозволяє успішно боротися з конкуренцією, став латеральний маркетинг, який спрямовано на формування нестандартних, креативних підходів у розробці та оптимізації маркетингових бізнес-процесів і розробки нових видів товарів [2, 3].

Латеральний маркетинг є протилежністю до вертикального маркетингу. Вертикальний маркетинг «працює» в рамках певного товарного ринку, тоді як латеральний маркетинг, навпаки, являє товар в новому контексті [3]. Латеральний маркетинг передбачає пошук нових можливостей, фокусуючись на нестандартні підходи до формування системи «4Р» (product, price, place of sale, promotion), виявлення неврахованих бажань потенційних споживачів товарів та послуг.

Література:

1. Соколова Л.В. Теорія і практика адаптації підприємств до мінливого бізнес-середовища. – Харків: ХНУРЕ, 2004. – 288 с.
2. Латеральний маркетинг як інноваційний вид маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://stud.com.ua/.../lateralniy_marketing_innovatsiyiy_m... – Назва з екрану.
3. Латеральний маркетинг - Моя освіта [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mojaosvita.com.ua> › Маркетинг. – Назва з екрану.

ВИКОРИСТАННЯ СИНЕРГЕТИЧНОГО ПІДХОДУ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Солоха Д.В.

Донецький державний університет управління, м. Маріуполь

Методологія моделювання ресурсного забезпечення підприємств пов'язана з методами системного аналізу і прогнозування, можливістю представлення всіх процесів, що відбуваються у виробничій сфері як підсистемі економічного розвитку. Це стало можливим завдяки удосконаленню апарата економіко-математичного моделювання і використанню його в моделюванні складних систем.

Розвиток теоретичних основ управління складними соціально-економічними системами, інваріантних до специфічних особливостей галузей, підприємств, виробництв, цехів, ділянок і робочих місць покликане не виключити, а підсилити вплив «людського чинника» на вироблення дій, що управляють, за рахунок отримання адекватної інформації про наслідки ухвалюваних рішень.

Існуючі загальні визначення рівня розвитку соціально-економічних систем не можуть бути використані для управління розвитком систем, оскільки вони лише фіксують фактичний стан їх розвитку. В сучасних умовах потрібна така розрахункова модель, яка дозволила б визначати значення рівнів розвитку відповідних систем в будь-який заданий момент часу. Запропоновано економіко-математичну модель, яка дозволила визначати значення розвитку інноваційного потенціалу РСЕС в будь-якій заданий момент часу, що, в свою чергу, може бути використано для підвищення ефективності планування і управління соціально-економічним розвитком регіону.

Синергетичний підхід, на противагу традиційній динаміці, розкриває ті властивості дисипативних систем, для яких малі зрушення параметрів спричиняють якісні зміни динамічного поведіння. Коли система стає динамічно нестійкою, наприклад, внаслідок «збурювання» параметрів, для з'ясування характеру її поведінки стають дуже важливі нелінійні члени. В зв'язку з цим «наявність аналогій в основних положеннях різних теорій означає, що повинна існувати більш загальна теорія, що поєднує частки й уніфікує їх щодо цих загальних властивостей».

Доцільно використання синергетичного підходу для підвищення ефективності управління розвитком інноваційного потенціалу РСЕС в умовах нестабільного ринкового середовища, основи якого покладені в методику визначення рівня потенціалу з використанням якісних і кількісних характеристик і коефіцієнтів синергії.

Ефективне управління розвитком інноваційного потенціалу РСЕС здійснюється за допомогою інформаційного забезпечення, що сприяє отриманню ефекту синергізму з урахуванням наступних особливостей: комплексності використання ресурсів; взаємодоповнюваності ресурсів; взаємозамінності ресурсів.

КОГНІТИВНЕ ЛІДЕРСТВО ЯК УМОВА РЕАЛІЗАЦІЇ І РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ РІЗНОМАНІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Стадник В., Костюк І.

Хмельницький національний університет, м. Хмельницький

Відмітною особливістю сучасного ринкового середовища є висока динамічність процесів, що відбуваються в сфері обміну товарами і ресурсами. Науково-технічний прогрес все більш урізноманітнює ресурсну базу господарської діяльності, а соціально-економічний розвиток суспільства змінює споживчі переваги, формує нові потреби і розвиває способи їх задоволення. Це вимагає пошуку нових можливостей і способів підвищення гнучкості сучасних підприємств, розвитку їх здатності забезпечувати, нарощувати і формувати нові конкурентні переваги, опираючись на свої ресурсні можливості. І чим ширшим і різноманітнішим є склад ресурсів, тим успішніше можуть вирішуватися завдання їх поєднання для створення інновацій.

В позитивному ключі різноманітність трактується як багатство відтінків, за якого відмінності розглядаються не як щось таке, що роз'єднує, а навпаки, об'єднує, що дозволяє використати потенціал різноманітності для досягнення ефекту синергії. Під потенціалом різноманітності економічних систем запропоновано розуміти «сукупність норм і правил взаємодії економічних агентів, які створюють умови для ефективного використання в різних процесах і організаційних формах їх комбінування усього розмаїття ресурсних можливостей, необхідних для здійснення різноманітних видів економічної діяльності, спрямованих на задоволення усього комплексу суспільних потреб у відповідному соціо-економічному контексті» [1, с.93].

Це досягається шляхом «організації різноманітності», коли в компанії різні організаційні принципи співіснують в стані активного суперництва між собою при визначенні способів, методів і ресурсів для вирішення інноваційних завдань і коли персонал заохочується до самонавчання і саморозвитку [1, с.209]. Для того, щоб це могло відбуватись, слід розвивати в компанії горизонтальні зв'язки, децентралізацію, розподіляти владу, заохочувати ініціативність і когнітивне лідерство (лідерство у виявленні розпорошеного і неявного знання, його перетворення у нову ідею, що може бути матеріалізованою). Завдяки цьому можна розвивати колективне знання, взаємно збагачуватись у процесі організаційної взаємодії. Водночас це формує і атмосферу суперництва, що важливо для результативної інноваційної діяльності. В сукупності це забезпечуватиме в організаційному просторі компанії нарощування і ефективного використання потенціалу різноманітності для формування і розвитку конкурентних переваг. Розробка програм розвитку когнітивного лідерства для реалізації потенціалу різноманітності підприємства передбачається у наступних дослідженнях.

Література:

1. Менеджмент різноманітності в розвитку конкурентоспроможності промислових корпорацій: монографія / За заг. і наук. ред. д.е.н., проф. В.В. Стадник. – Хмельницький : ПП А.С. Гонта, 2017. – 350 с.

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Степаненко О.В.

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

В роботі обґрунтовано, що в ринкових умовах господарювання аналіз основних засобів є дієвим та ефективним інструментом управління підприємством. Підвищення ефективності використання основних засобів підприємства сприяє не тільки збільшенню обсягів продукції (робіт або послуг), що випускається, але і скороченню витрат, зменшенню собівартості продукції. Аналітична інформація, яка відображає рух, ефективність використання основних засобів дозволяє своєчасно приймати необхідні рішення не тільки з підтримки стану основних засобів, а й щодо інвестиційних проектів.

В роботі Єршової Н.Ю. [1] обґрунтована структурна модель аналітичного забезпечення управління основними засобами, що включає п'ять взаємопов'язаних блоків. На основі даного підходу можна виділити основні напрями аналізу основних засобів для цілей управління: аналіз руху, структури, стану та ефективності використання. Інформаційною базою аналізу руху основних засобів є баланс основних засобів, який наводиться в Примітках до фінансової звітності [2]. За результатами [1-2] можна сформулювати такі основні шляхи підвищення ефективності використання основних засобів: проведення капітальних ремонтів; підвищення рівня кваліфікації обслуговуючого персоналу; своєчасне оновлення основних засобів; впровадження нової техніки і прогресивної технології; вдосконалення організації виробництва і праці.

А.А. Гарифулліна зазначає, що в нових економічних умовах поряд з традиційними способами оцінки основних засобів за первісною, відновною та залишковою вартістю у вітчизняній практиці обліку при оцінці основних засобів доцільно використовувати вартість, яка амортизується, ліквідаційну, вартість очікуваного відшкодування, дисконтовану і справедливу вартість, як це рекомендується за МСФЗ (IAS) 16, МСФЗ (IAS) 41, МСФЗ (IAS) 36 [3, с. 326]. На такій основі сучасний аналіз показників ефективності та інтенсивності використання основних засобів може проводитися за кількома напрямками, розробка яких в комплексі дозволяє провести: а) оцінку структури, динаміки та ефективності використання основних засобів і б) довгострокових інвестицій.

Література:

1. Єршова Н.Ю. Удосконалення обліково-аналітичного забезпечення управління основними засобами підприємств: стратегічний аспект [Електронний ресурс]. Економіка та суспільство. 2018. №14. С. 894–901.
2. Ховрина Д.Р. Основные аспекты анализа основных средств. // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2016 г.). Москва: Буки-Веди, 2016. С. 99–102.
3. Гарифуллина А.А. Различные подходы к определению понятий «основные средства», их «оценка» и «амортизация». Молодой ученый. 2014. №7. 324–327.

ВПЛИВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Степаненко Н.О.

*Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця,
м. Харків*

Європейські орієнтири набули актуального практичного втілення у низці рішень та дій як української держави, так і офіційних органів Євросоюзу. Отже, перед Україною постали завдання набуття нової якості економічного зростання та здійснення структурних економічних перетворень з метою підвищення рівня конкурентоспроможності на загальноєвропейському ринку.

В економіці України, що спрямована на активну євроінтеграцію, а також інтеграцію у світове господарство, туристична галузь поступово перетворюється на основу соціально-економічного розвитку. Однак, слід зазначити, що темпи цих перетворень залишаються незадовільними, про що свідчать найнижчі позиції у світових рейтингах туристичного ринку. Поліпшити ситуацію можна шляхом реформування системи державного регулювання туристичної галузі України.

Економіка туристичного бізнесу є складовою частиною народногосподарського комплексу країни як каталізатора економічного зростання. Після підписання Україною Угоди про Асоціацію з ЄС, роль туристичної галузі в соціально-економічному розвитку країни зумовлює необхідність удосконалення механізмів державного управління туризмом, основною метою якого є створення сприятливих умов розвитку туризму безпосередньо та суміжних галузей.

На сьогоднішній день туристичний бізнес в Україні як складова економічного комплексу характеризується такими властивостями і функціями: створює туристичні послуги, формує туристичний продукт і здійснює його реалізацію; має свою індустрію виробництва і надання послуг туристам; формує ринок туристичних послуг; працює як мультиплікатор росту національного доходу, валового внутрішнього продукту, зайнятості населення; сприяє розвитку місцевої інфраструктури та підвищенню рівня життя населення; уявляє собою сферу, в якій дешево створюються робочі місця та забезпечується високий рівень ефективності й швидка окупність інвестицій; є досить ефективним засобом охорони навколишнього середовища та історико-культурної спадщини країни, що є матеріальною основою ресурсного потенціалу туризму, який утворює специфічну сферу діяльності.

Україна являє собою унікальний комплекс історичних, культурних та природних пам'яток, а також має значні рекреаційні можливості, що сформувалися завдяки географічному положенню та історичному розвитку нашої держави. Тому вона має значні та реальні перспективи розвитку туристичної галузі.

Отже, слід зазначити, що країна володіє значними конкурентними перевагами в пропозиції туристичного продукту, а саме: зручне географічне розташування, сприятливий і різноманітний клімат, унікальне поєднання природно-рекреаційних ресурсів, багата культурно-історична спадщина.

СУЧАСНІ INTERNET-ТЕХНОЛОГІЇ ПРОСУВАННЯ БРЕНДІВ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Стригуль А.А., Стригуль Л.С.

Харківський національний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Стрімке впровадження інформаційного забезпечення соціального маркетингу (SMM) докорінно змінило концепцію просування брендів на ринках України. Таргетована реклама - це реклама, спрямована на цільову аудиторію, яка відповідає певному набору вимог, заданому рекламодавцем. Вона показується цільовій аудиторії.

Існуючі види таргет-реклами: 1. За інтересами (контекстна реклама) - демонстрація реклами з обов'язковим урахуванням інтересів відвідувачів порталу. При її показі користувачеві, що зайшов на сторінку, відображається банер, що співпадає з введеним їм пошуковим запитом. При цьому банер і портал можуть відрізнитися за тематикою. Для налаштування зазначеного виду враховуються відвідані користувачем портали, частота відвідування сторінок ідентичної або схожої тематики, контент переглянутих ресурсів. Для звуження цільової аудиторії часто застосовуються додаткові настройки - географічні або соціально-демографічні. 2. Географічний таргет застосовують, якщо продажі ведуться в конкретному регіоні. 3. Локальний - це контрольований показ реклами виключно тієї частини цільової аудиторії, яка знаходиться в радіусі 0,9 - 15 км. від зазначеної точки. Такий вид став можливий з поширенням пристроїв, здатних визначати точне місцезнаходження людини. 4. Часова реклама - настраюється можливість показувати рекламні оголошення в певний час. Наприклад: щоранку по буднях; щодня вечорами протягом року. 5. Соціально-демографічний таргет використовується, коли потрібно звужити цільову аудиторію за спеціальними критеріями: статтю, віком, рівнем доходу, професійної діяльності або займаної посади. 6. Поведінкова - працює завдяки аналізу накопиченої інформації про попередні запити і діях користувача. Наприклад, якщо Ви кілька разів забиваєте в пошук «ремонт ноутбука Asus», згодом може спливати реклама сервісних центрів Asus на інших сторінках, які розміщують у себе рекламні матеріали. Дана інформація про Ваших запитах потрапила в кеш Вашого браузера, звідки вона і береться піар-кампаніями. Зараз є одним з найпопулярніших. 7. Для геоповедінкового таргетингу використовуються дані зі спеціальних сервісів і програм, які формують карту пересувань окремих груп населення. Завдяки фіксації щоденних маршрутів, адрес відвідуваних будівель, зупинок і інших відвідуваних точок робляться висновки про захоплення цільової аудиторії. 8. Орієнтування за «схожими» користувачами. Такий аудиторний пакет в Яндексі називається «Look-a-like», а в Google - «Similar users». В цьому випадку банери показують тільки тим користувачам, які здійснили на сайті потрібну дію. Працює «Look-a-like» завдяки машинним алгоритмам.

Найбільш поширеними та популярними в сучасному світі Internet-технологій просування брендів є контекстна та поведінкова реклами.

ІНФОРМАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА ГОТЕЛЮ ТА ТЕХНОЛОГІЇ, ЩО ДО НЕЇ ВХОДЯТЬ

Строков Є.М., Єрмоленко Л.П.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут»,

Український державний університет залізничного транспорту, м. Харків

В сучасному світі вимоги до продукції сфери споживання, в тому числі і до послуг готелів і ресторанів, постійно зростають, що, в свою чергу, неминуче посилює конкуренцію. В боротьбі за клієнта готелі та ресторани вже не можуть обійтися без якісної системи автоматизації та інформатизації, яка здатна вирішувати не окремі завдання, а є спеціалізованим комплексним рішенням для бізнесу.

Сучасні дослідження інформаційних технологій, що використовуються у готелях, переважну увагу приділяють АСУ, залишаючи поза увагою інші складові інформаційної інфраструктури.

На наш погляд, до інформаційної інфраструктури готелю, як до програмно-апаратного комплексу, що призначений для забезпечення функціонування підприємства, необхідно включити наступні складові:

- структуровану кабельну систему (лінії, шафи, розетки, комутаційне обладнання) – СКС;
- систему телефонії готелю (офісну та гостьову);
- систему телебачення готелю, в тому числі інтерактивного та платного телебачення;
- систему управління електронними замками готелю;
- систему доступу в інтернет в готелі (включно із Wi-Fi);
- систему еквайрингу в готелі;
- систему обчислювальних засобів: сервера, комп'ютери, термінали;
- системи контролю та обліку доступу (СКОД) готелю;
- систему відеоспостереження готелю;
- сайт готелю;
- систему он-лайн бронювання готелю;
- облікові програми готелю: системи управління готелем (PMS), системи управління ресторанами та СПА (POS); ERP системи: калькуляційні та складські системи, бухгалтерські та фінансові системи.

ЗАСТОСУВАННЯ МАТЕМАТИЧНИХ МЕТОДІВ І ПІДХОДІВ ЩОДО ОПТИМІЗАЦІЇ ПОКАЗНИКІВ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПЛАНІВ

Сусліков С.В., Усов М.А.

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

В роботі розглянуті питання застосування ряду математичних методів і підходів (методу оптимізації критеріїв на основі застосування ієрархічного методу залежностей, методів регресійного аналізу, методів біматричних ігор, теорії корисності, методу ELECTRE, аналізу часових рядів, регресійного аналізу та багатьох інших інформаційних технологій), що дозволяють сформулювати заходи щодо оптимізації інвестиційних планів.

В рамках дослідження, виділено метод аналізу ієрархій (МАІ), в якому поряд з математичним апаратом закладені і психологічні аспекти, які є невід'ємною частиною поля невизначеності при прийнятті рішення. [1]

Крім цього МАІ, є універсальним методом, так як використовує в своєму апараті елементи ряду інших методів, таких як: теорії ймовірностей; теорії графів; невід'ємних матриць; експертних систем; теорії синергетики.

Метод включає процедури синтезу множинних суджень, отримання пріоритетності критеріїв і знаходження альтернативних рішень, в рамках якого діє закон ієрархічної безперервності, що вимагає, щоб елементи верхнього рівня ієрархії можна було порівняти попарно по відношенню до елементів наступного рівня і т. д. аж до вершини ієрархії.

Незважаючи на широкий спектр вирішуваних завдань МАІ має і деякі недоліки, виражені в наступному: відсутність засобів для перевірки достовірності даних; робота з підготовки прийняття рішень часто є занадто трудомісткою для однієї людини; метод не має внутрішніх засобів для інтерпретації рейтингів; впливу різних чинників на вибір оптимального рішення складні і заплутані; немає точної кількісної інформації, необхідної для вирішення завдання. [2]

В результаті можна зробити висновок, що МАІ є достатнім методом у вирішенні проблем оптимізації показників інвестиційних планів щодо інновацій енергозберігаючого типу, в рамках якого може бути прийнято найбільш ефективне рішення за умови обліку та подолання виявлених недоліків.

Література:

1. Саати Т. Л. Принятие решений при зависимостях и обратных связях: Аналитические сети. — М. : Издательство ЛКИ, 2008. — 360 с.
2. Дюжев В.Г. Формирование вторичной инновационной восприимчивости предприятий к технологиям НВЭ на основе типовых перечней полезных эффектов и негативных воздействий / В.Г. Дюжев, С.В. Сусликов // Инвестиції: практика та досвід / Чорноморський державний університет ім. Петра Могили. – Київ: ТОВ «ДКС Центр», 2015. – № 7. – С. 61–65.

ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНИХ КРИТЕРІЇВ НА ПРЕЗИДЕНТСЬКІ ВИБОРИ

Сухова О.В.

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

Всі політичні події завжди тісно пов'язані з економікою держави. Адже економічна політика під час виборів стає важливим критерієм при обговоренні наявних кандидатур, а стан економіки у цей період викликає великий вплив на результати виборів.

Певні взаємини між економічними і політичними процесами вважаються природною характеристикою сучасних держав. Однак закономірності економіко-політичних взаємодій істотно відрізняються в різних суспільних системах, залежно від факторів, які регулюють функціонування держави і національної економіки.

Наступні фактори підсилюють значення економічного мотиву голосування – відкритість економіки держави, наявність економічного зростання або його очікування, наявність нескладної правлячої коаліції або однієї правлячої партії. Економічний мотив при голосуванні позначається наступним чином – через призму суб'єктивної оцінки виборцем економічного розвитку країни. Так, можна виділити три соціологічних змінних – «ретроспективні» (оцінка минулого в порівняно з сьогоденням), «перспективні» (оцінка майбутнього) і «афективні» (невмотивоване роздратування тощо.). Найважливішою можна вважати – «перспективну» оцінку урядової політики, адже кожен виборець прагне розуміти, що його чекає у майбутньому, які економічні зміни відбуватимуться в країні. Менш значною є «афективна», що позначаються у всебічному незадоволенні економічним станом країни, без вмотивованого пояснення своєї позиції та обґрунтованих критеріїв оцінки реального стану. На останнє місце варто віднести «ретроспективну», адже зазвичай не порівнюється оцінка минулого економічного стану у розрізі реального покращення на відміну від минулого можливого більш гіршого. З огляду на такі параметри суб'єктивної оцінки варто зазначити, що одними із основних економічних критеріїв є безробіття, інфляція, персональний добробут, торговий баланс, економічне зростання, державний борг і ряд інших параметрів, які відіграють важливу роль під час порівняння діючої влади та запропонованих кандидатів.

Варто зазначити, що навіть в умовах сприятливої економічної ситуації в країні нерідко діючий президент та правляча партія програє вибори, саме поняття стабільної економіки є вкрай розпливчастим: інтереси різних соціальних груп населення, є різноспрямованими, як і фактори, що впливають на оцінки та очікування.

РОЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УМОВАХ СУЧАСНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Танковський О. С.

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

Накопичення сучасних проблем суспільного розвитку призвело до виникнення концепції корпоративної соціальної відповідальності (далі - КСВ) та сталого розвитку бізнесу. Це значно підвищило рівень вимог сучасного суспільства до бізнесу в області вирішення проблем суспільного, фінансово-економічного та екологічного характеру. З'явилося чітке усвідомлення того, що успішне функціонування бізнесу передбачає не тільки отримання прибутку, але і дотримання базових етичних правил і норм.

Як правило, в спеціалізованій літературі під час трактування поняття «бізнес» автори не беруть до уваги орієнтацію підприємницької діяльності на суспільство. Пропоновані визначення, як правило, зводяться до того, що прибуток виступає єдиною метою функціонування бізнесу. Дійсно, до недавнього часу домінувало саме таке уявлення про бізнес. Однак, сучасне суспільство висуває нові вимоги, відповідно до яких господарюючі суб'єкти повинні здійснювати свою економічну діяльність з метою задоволення регулярно виникаючих запитів населення або, навіть, випередження цих запитів і формування нових ринків.

Необхідно зазначити, що питання взаємовідношення бізнес-спільноти та населення є предметом багатьох наукових досліджень. Вчені по-різному характеризують КСВ. Порівняльний аналіз різних визначень дозволив сформулювати наступну тезу: корпоративна соціальна відповідальність – це впровадження основних принципів в функціональну діяльність організації з урахуванням очікувань стейкхолдерів, з метою підвищення позитивного впливу на суспільство, зміцнення репутації та зниження негативного впливу нефінансових ризиків. В кінцевому підсумку це дозволить збільшити отриманий прибуток.

Проведене дослідження показало, що сучасні тенденції в суспільстві впливають на розвиток концепції корпоративної соціальної відповідальності у наступних аспектах:

- соціальні функції підприємництва підтримують економічну функцію, яка полягає в отриманні прибутку і його розподілу між засновниками;
- широко застосовуються норми міжнародних неурядових організацій про соціальну відповідальність бізнесу;
- розвиток законодавства про трудові відносини підсилює соціальну відповідальність ділової спільноти.

Отже, можна зробити висновок про те, що орієнтація на корпоративну соціальну відповідальність означає реалізацію таких напрямків, як:

- вдосконалення нефінансової звітності;
- зростання ефективності управління ризиками;
- вдосконалення інструментів взаємодії і партнерства між секторами і PR-комунікацією.

СУЧАСНІ ТЕОРІЇ РОЗУМІННЯ СУТНОСТІ ПРИБУТКУ

Тарасенко В.С., Власова Н.О.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Сучасні теорії прибутку базуються на соціальних аспектах і ролі політики держави, суспільних інститутів у розподілі економічних благ. Прибуток розглядається як сукупність економічних благ, які одержують суб'єкти господарювання в результаті своєї діяльності. Економічні блага є об'єктом або результатом економічної діяльності, тобто ті, які можна одержати в кількості, обмеженій у порівнянні із потребами, що задовольняються. У цьому зв'язку, важливими становляться наступні положення:

1. У сучасному світі, де розподіл власності втратив колишню «досконалість», капітал як універсальне джерело доходу, протистоїть самому доходу, як результату продуктивного використання капіталу.

2. Капітал як продуктивна сила включає все корисне для виробництва - уміння людини, його утягнення у ділові відносини, землю, сировину матеріали, дороги, мости, будинки, машини та навіть сила громадського порядку.

3. Широке розуміння капіталу не виключає розходжень між особистісними, персональними його елементами (праця та заповзятливість) і неособистими (землею, виробничим устаткуванням та ін.).

4. Неособистий капітал може бути представлений капітальним майном, тобто набором капітальних благ, і фінансовим капіталом. Капітальні блага це фактори виробництва у формі запасу або його ціннісному вираженні. Фінансовий капітал - це капітал у ліквідній формі (акції, зобов'язання, гроші).

5. Капітал як продуктивна сила, що бере участь у створенні доходу розділяється на реальний і капітал-цінність. Реальний капітал - це капітальні блага, що є джерелом створення реального доходу, тобто реальних економічних благ. Капітал-цінність - це ринкова цінність капітальних благ, що формує ринкову цінність створених економічних благ.

6. Для виробничих ресурсів, що обертаються на ринку, існує обумовлене ринком співвідношення між річною цінністю їхніх послуг, або принесеного ними доходу, і ринковою цінністю доходу та капіталом цінністю. Ця пропорційна різниця між ринковою цінністю створених економічних благ (цінністю доходу) і капіталом цінністю відповідає доходу власника ресурсу.

З огляду на, вищесказані положення, прибуток можна розглядати не як один з видів доходів функціонального характеру, а як специфічне подання доходу кожного з безлічі факторів виробництва, а саме як частку капітальної цінності відповідного джерела факторних послуг.

Таким чином, змінення підходів до розуміння сутності прибутку, які пов'язані з розвитком виробництва й економічних відносин, дають можливість дійти до висновку, що прибуток, як і раніше, є складною економічною категорією, в основі якої лежать ціннісно-вартісні відносини між суб'єктами господарювання (власниками факторів виробництва) із приводу створення, перерозподілу та форми присвоєння економічних благ, створених у результаті виробничо-фінансових процесів.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК «РІВНОВАГИ» ТА «СТІЙКОСТІ» ПІДПРИЄМСТВ

Тарасенко М.С., Власова Н.О.

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

Розглядаючи підприємство як відкриту соціально-економічну систему, можна вважати, що воно знаходиться у стані рівноваги тільки тоді, коли кожний його елемент знаходиться у стані рівноваги, що визначається іншими елементами. Концепція рівноваги є фундаментальною складовою категорійного апарату економічної теорії й тісно пов'язана з розумінням поняття «стійкість».

Основоположники економічної теорії визначали економічну рівновагу як такий стійкий стан економіки, за яким має місце тенденція до саморегуляції всіх відхилень. Вітчизняні вчені під станом рівноваги економічної системи розуміють стан, у якому змінні її функціонального інваріанту стійкі в часі і залишаються незмінними за відсутності впливів зовнішнього середовища, що збурюються.

Підприємство як економічна система володіє певними властивостями. Однією з таких властивостей систем є їх прагнення до стану стійкої рівноваги, що припускає адаптацію параметрів системи до мінливих параметрів зовнішнього середовища, до конкретних ситуацій шляхом забезпечення високого рівня організованості системи управління в динаміці. Стійкість є властивістю системи в цілому, яке не переноситься на її окремі елементи.

Трактування терміну «стійкість» залежить від контексту, використання аналітичних методів та рівня систем, що розглядаються. В економічній літературі стійкість трактується як сталість, постійність, непідвладність ризику витрат і збитків, а стійкість системи – як спроможність системи відновлювати попередній (або близький до нього) стан після деякого збурення, яке виявляється у відхиленні параметрів системи від номінального значення. Відзначаючи певну тотожність у літературі понять «стійкість» і «рівновага», під стійкістю розуміють здатність підприємства адаптуватися до зовнішніх умов і протистояти ним для свого збереження певний проміжок часу, а «рівновагу» вважають поодиноким випадком стійкості, який розглядається як співвідношення певних факторів.

Таким чином, етимологія терміна «стійкість» базується на постійності і стабільності стану, сталості певних параметрів. У більш широкому розумінні цей термін означає здатність системи виконувати свої функції всупереч дії ендогенних та екзогенних факторів. Отже, стійкість – це здатність системи зберегти свою якість в умовах мінливого середовища і внутрішніх трансформацій (випадкових або навмисних). Задача стійкості або розвитку може вирішуватися стосовно лише до конкретних організацій, які перебувають на певних етапах розвитку, у конкретному середовищі, у певний час, при цьому «персональну» здатність організацій самостійно зберігати свою стійкість, рівноважний стан з метою мінімізації витрат не тільки важливо враховувати, але й, безумовно, використовувати й нарощувати шляхом розвитку позитивних зворотних зв'язків, що фіксують небезпеку зовнішнього середовища.

ДОСЛІДЖЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ БІСКВІТНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ ЯК ПЕРЕДУМОВА ВИВЕДЕННЯ НОВОГО ТОВАРУ

¹Тарасов І.Ю., ²Міт'яєва Т.Л.

¹Харківський державний університет харчування та торгівлі,
²Харківський торговельно-економічний інституту КНТЕУ, м. Харків

Регіональний споживчий ринок є індикатором соціально-економічного розвитку будь-якої території і країни загалом. На ньому задовольняються повсякденні потреби населення, здійснюються господарські операції різними підприємствами, формуються елементи інфраструктури, визначається рівень ефективності функціонування регіональної економіки, її конкурентоспроможність. У зв'язку з цим пріоритетним напрямом забезпечення ефективності національної економіки України у сучасних умовах є досягнення стабілізації та розвитку регіональних споживчих ринків.

У ХДУХТ було розроблено новий товар – бісквітний напівфабрикат з додаванням порошку виноградних кісточок. Виноградний порошок має цілий перелік оздоровчих властивостей, серед них:

- Захист та відновлення судин;
- Зниження тиску;
- Зниження шкідливого холестерину та захист від атеросклерозу та інш.

Бісквітний напівфабрикат з додаванням виноградних порошоків набуває приємний смак горіхів та чорносливу, має дуже привабливий вигляд, та більш темне забарвлення, а головне зберігає усі корисні властивості, подовжує термін зберігання, дає змогу підвищити харчову цінність.

У результаті проведеного маркетингового дослідження регіонального ринку м. Харкова щодо наявності бісквітних напівфабрикатів, товарів-конкурентів та замінників, виявлено, що на ринку присутні 5 великих брендів ТМ LEKORNA, ТМ Dahli (Польща), ТМ Merci, ТМ Kingdom Cake, Квікбері (Німеччина) та біля 20 регіональних невеликих виробників.

Встановлено, що до прямих конкурентів належать:

- Коржі для торта темні ТМ Dahli;
- Коржі бісквітні випечені заморожені з какао-порошком ТМ Kingdom Cake;
- Коржі для торта Квікбері Шоколадні

Оскільки найбільшу частку на регіональному споживчому ринку посідають торговельні мережні підприємства, ми згрупували їх у три групи в залежності від кількості асортиментних позицій та середньої торговельної площі магазину:

- 1 група - великі (Клас, Рост, Сільпо, АТБ, Восторг, Таврія, Велмарт);
- 2 група - середні (Дігма, Чудо, Арбуз-маркет, Десятка);
- 3 група - маленькі (Посад, Брусничка).

Проведене дослідження свідчить про достатньо активну конкуренцію на регіональному ринку серед напівфабрикатів для виготовлення тортів.

СОНЯЧНА ЕНЕРГЕТИКА ЯК ОДИН З НАПРЯМІВ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ

Тверська Я.М., Дяченко Т.А.

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

Актуальність даної теми полягає в необхідності здійснення поступового переходу до поновлюваних джерел енергії та екологічних технологій. Енергоефективною технологією, яка вже довела свою значимість у багатьох містах Європи та помірно розвивається в нашій країні, є сонячна енергетика.

До основних позитивних моментів сонячних установок можна віднести такі: можливість застосування установок практично будь-якої потужності; строк служби установок до 50 років; матеріали сонячних установок покращують архітектуру будівель; відсутність негативного впливу на навколишнє середовище [1]; перспективність, доступність і невичерпність джерела енергії.

Основними недоліками сонячних установок є залежність від погодних умов та часу доби; необхідність акумуляції енергії; необхідність періодичної очистки відбиваючої поверхні; неекологічність утилізації сонячних батарей [3].

Як зазначають експерти, сонячні електростанції мають великий потенціал у промисловості, адже досвід Європи свідчить, що сонячна енергія може використовуватися навіть вночі. Тож розвиток сонячної енергетики – це шлях до енергетичної незалежності [4] та інтенсивного типу економічного розвитку [2].

На підставі даних НКРЕКП, Держенергоефективності України бачимо, що за 2017 рік близько 2 тисяч приватних господарств встановили сонячні панелі. А загалом з 2015 року сонячну енергію почали використовувати 3010 домогосподарств [4].

Таким чином, створення альтернативної енергетики – одне з найважливіших питань національної та глобальної економік. Необхідно почати повномасштабний перехід на економічно вигідну та екологічно безпечну альтернативну енергетику задля досягнення енергетичної незалежності.

Література:

1. Возняк О.Т. Енергетичний потенціал сонячної енергетики та перспективи його використання в Україні / О.Т. Возняк, М.Є. Янів // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2010. – № 664 : Теорія і практика будівництва. – С. 7–10.
2. Дяченко Т. А. Вектор інтенсивного зростання економіки України: свідомий вибір та історичний досвід / Т. А. Дяченко // Вісник ХНАУ : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : ХНАУ, 2018. – № 1. – С. 189–195.
3. Ніконорова В.Н. Аналіз ефективності впровадження сонячних колекторів в Україні / В. Н. Ніконорова // Вісник Сумського національного аграрного університету. – № 3 (28). – 2016. – с. 145–147.
4. Чому громади переходять на сонячну енергію? // Центр громадського моніторингу та контролю. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://naglyad.org/uk/2018/02/19/chomu-gromadi-perehodyat-na-sonyachnu-energiyu/>

ВЕНЧУРНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ

Терлецька В.О.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Закономірністю розвитку сучасних висококонкурентних ринків є оновлення та удосконалення виробничих технологій, орієнтація на постійну розробку та виробництво нової продукції, використання нових підходів до управління та організації виробництва. Такий підхід спроможні забезпечити лише інвестиції, що спрямовані в інноваційну сферу. В таких умовах інноваційна діяльність є одним із головних компонент науково-технічного прогресу та економічного зростання. Венчурний капітал є органічно необхідним елементом сукупного господарського механізму, що дозволяє реалізовувати нововведення на найкритичних етапах їхнього освоєння і комерціалізації за умов великого господарського ризику.

Венчурний бізнес — сфера підприємницької діяльності, пов'язана з реалізацією ризикових проектів, ризикових інвестицій головним чином у сфері науково-технічних новинок.

Український ринок венчурного інвестування істотно відрізняється від іноземних ринків, перш за все тим, що на світовому ринку основними сферами інвестування венчурного капіталу є виробництво напівпровідників, електронних новинок, комп'ютерної техніки, біотехнологій, інформаційної безпеки, генної інженерії та ряд інших. В перспективі знаходиться розробка нанотехнологій. Найпривабливішими сферами для інвестицій в Україні є будівництво, переробка сільськогосподарської продукції, харчова промисловість, роздрібна торгівля. Така галузева дискримінація властива для України, тому що ці галузі є привабливими, розповсюдженими та мало ризиковими в нашій країні, на відміну від країн ЄС і США, де венчурні інвестиції здійснюються в інноваційні галузі промисловості [1]. Основною причиною непопулярності інвестування в Україні в новітні технології є відсутність нормативної бази для роботи таких фондів, тому венчурний бізнес потребує підтримки з боку держави. Венчурний капітал в Україні схильний реалізовувати середньоризикові та короткострокові інвестиційні проекти, а венчурні фонди використовуються для оптимізації управління активами фінансово-промислових холдингів та зниження податкового навантаження, тоді як венчурне інвестування (або інвестування ризикового капіталу) у світі залишається одним із найважливіших джерел капіталу для компаній, швидкий ріст та розвиток яких постійно потребує додаткових зовнішніх інвестицій (як правило, це підприємства малого та середнього бізнесу). Венчурні інвестиційні фонди повинні стати головною ланкою зв'язку між інвестиціями та інноваціями як складовими економічного зростання. Отже, розвиток венчурного бізнесу в Україні потребує підтримки з боку держави, оскільки знаходиться на початковій стадії росту, а венчурний капітал є важливим елементом функціонування ринкової економіки та засобом забезпечення економічного зростання.

Література:

Кисіль В.Л., Садловський Р.В. Венчурний бізнес в Україні, його стан та характерні риси [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/13_NPN_2010/Economics/65283.doc.htm.

ЮРИДИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ЭКОНОМИКИ ТРУДА

Ткачев М.М., Перерва П.Г., Погорелов Н.И.

Национальный технический университет

«Харьковский политехнический институт», г. Харьков

Демократизация общественных процессов и становления правового государства в Украине в условиях развития рыночной экономики требуют наведения должного порядка в сфере нормативного обеспечения работы. Ведь именно она служит единственным источником улучшения доброту людей, укрепление могущества и расцвета государства, является одним из необходимых составляющих процесса производства, потребления и распределения созданного продукта. Эффективность труда в значительной мере определяется системой его оплаты, которая является важным средством повышения заинтересованности работников в результатах своего труда, в увеличении объемов продукции, в улучшении ее качества и ассортимента.

В области регулирования оплаты труда существует много проблем, требующих скорейшего решения на законодательном уровне. Таковы нарушения гарантий на оплату труда, установленных государством, дискриминация в оплате труда работников бюджетной сферы, многочисленные пробелы в действующем законодательстве и др. Практика хозяйствования на рыночных принципах подтверждает ту непреложную истину, что эффективность любой деятельности зависит прежде всего от уровня правовой регламентации, компетентности и творческой активности управленческих кадров в этой области, достаточно глубокого знания ими законодательной базы и социальных аспектов хозяйствования. Эффективность функционирования производства и социальной защите работников обеспечиваются формированием надлежащих индивидуальных и коллективных материальных стимулов, ведущей формой реализации которых является оплата труда

Литература:

1. Романчик Т.В. Аналіз стану інноваційної активності економіки України [Текст] / Т.В. Романчик // Бізнес-інформ. – 2014. – №5. – С. 111-115.
2. Kocziszky, György Reputational compliance / György Kocziszky, M. Veres Somosi, T. O. Kobielieva // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2017": тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О.В. Манойленко. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 140-143.
3. Перерва П.Г. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності / П. Г. Перерва, С. Нагі, Т. О. Кобелева // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.
4. Романчик Т.В. Деякі аспекти економічної безпеки промислових підприємств / Т.В. Романчик // Тези доп. 24-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Інформаційні технології : наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я" (MicroCAD–2016), 18-20 травня 2016 р. / ред. Є.І. Сокол. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – С. 283.
5. Перерва П.Г. Моделювання споживчої, виробничої, інтелектуальної та кадрової складових ресурсного потенціалу / П.Г. Перерва, О.П. Косенко, А.В. Косенко // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2012. – № 51 (957). – С. 68-73.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНКУРЕНТОВ И КОНЬЮНКТУРЫ РЫНКА

Ткачева Н.П., Перерва П.Г., Зозуля М.О.

Национальный технический университет

«Харьковский политехнический институт», г. Харьков

Каждый производитель, который работает на рынке, прежде всего должен изучить рынок, применяя ряд мероприятий и систему аналитических исследований маркетинговой деятельности.

Современному предпринимателю для ориентации в рыночной среде недостаточно личной интуиции, чужих суждений, высказываний, мыслей и выводов. Ему нужна информация о наличии существующих и ожидаемых рыночных проблем и способов их решения. С каждым годом в условиях конкуренции и изменяющейся конъюнктуры для уменьшения степени риска фирма должна обладать надежной информацией о товарном ассортименте, конкурентной среде, состоянии экономики региона, страны, фирмы и на этой основе строить свою маркетинговую политику.

Проведение маркетинговых исследований позволяет решать следующие задачи: поиск потенциальных покупателей; детальный анализ потребностей существующих покупателей; расчет соотношения спроса и предложения; исследование поведения и мотиваций покупателей; определение конкурентоспособности товаров и услуг; избрание целевого (специального, эффективного) рынка сбыта собственных товаров для его постепенного захвата. Каждая фирма проводит индивидуальные маркетинговые исследования.

Анализ существующих публикаций в данной сфере позволил выявить наиболее типичные виды маркетинговых исследований: изучение характеристик рынка; замеры потенциальных возможностей рынка; анализ распределения доли рынка между фирмами; анализ сбыта; изучение тенденций деловой активности, изучение товаров конкурентов; краткосрочное прогнозирование; изучение реакции на новый товар и его потенциала; долгосрочное прогнозирование; изучение политики цен.

В результате проведенных маркетинговых исследований специалисты фирмы по маркетингу получают информацию, которая позволяет им получать преимущества относительно конкретного товара и рынка сбыта; снижать финансовый риск; определять отношение существующих и потенциальных покупателей; укреплять прогнозируемую интуицию и улучшать эффективность рыночной деятельности.

Литература:

1. Перерва П.Г. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності / П.Г.Перерва, С.Нагі, Т.О.Кобелева // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.

2. Романчик Т.В. Деякі аспекти економічної безпеки промислових підприємств / Т.В.Романчик // Тези доп. 24-ї Міжнар. наук.-практ. конф. «Інформаційні технології : наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я», 18-20 травня 2016 р. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – С. 283.

3. Романчик Т.В. Аналіз стану інноваційної активності економіки України [Текст] / Т.В. Романчик // Бізнес-інформ. – 2014. – №5. – С. 111-115.

МАРКЕТИНГОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Товажнянская О.И., Целинская А.А., Перерва П.Г.

Национальный технический университет

«Харьковский политехнический институт», г. Харьков

В настоящее время существует развитая теория и практика маркетинга обычных товаров, но наблюдается значительное отставание теории маркетинга интеллектуальной собственности. Причина отставания, на наш взгляд, заключается не только в сравнительной новизне рынка интеллектуальной собственности (ИС), а еще и в том, что специфика объектов права интеллектуальной собственности, выступают на рынке в качестве нематериальных объектов, скрывает экономическую сущность этих объектов и затрудняет проведение маркетинговых исследований. Специфика маркетинговых исследований при коммерческом использовании интеллектуальной собственности проявляется в различных подходах к ее созданию и сбыта по сравнению с традиционными товарами. Если производство материальных товаров с самого начала ориентировано на рынок, то необходимость продажи объектов права ИС не очевидна. Сначала объекты ИС создаются не для продажи, а для использования в собственном производстве. Затем, когда это будет выгодно предприятию (разработчику, патентообладателю), они могут быть проданы по лицензионному соглашению.

Предлагается рассматривать два варианты маркетинга объектов ИС.

Согласно первому варианту объект ИС рассматривается как самостоятельный товар, разработка которого заканчивается уже на первом этапе жизненного цикла товара (создание продукта).

Второй вариант маркетинга исходит из того, что объект ИС рассматривается как составляющая инновационного товара на всех этапах его жизненного цикла. При этом материальный инновационный товар включает в себя интеллектуальную составляющую, которая имеет патентную защиту и неотделима от самого инновационного продукта.

Литература

1 Перерва П.Г. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності / П.Г. Перерва, С. Нагі, Т.О. Кобелева // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.

2 Романчик Т. В. Деякі аспекти економічної безпеки промислових підприємств / Т.В. Романчик // Тези доп. 24-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Інформаційні технології : наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я" (MicroCAD–2016), 18-20 травня 2016 р. / ред. Є.І. Сокол. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – С. 283.

3 Перерва П.Г. Моделювання споживчої, виробничої, інтелектуальної та кадрової складових ресурсного потенціалу / П.Г. Перерва, О.П. Косенко, А.В. Косенко // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2012. – № 51 (957). – С. 68-73.

4 Романчик Т.В. Аналіз стану інноваційної активності економіки України [Текст] / Т.В. Романчик // Бізнес-інформ. – 2014. – №5. – С. 111-115.

УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Товкайло А.К., Ларка Л.С.

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

Економічне управління підприємством спрямоване не тільки на максимізацію рівня прибутковості підприємства, а і на підвищення раціональності використання наявного потенціалу підприємства. Удосконалення управління потенціалом є невід'ємною складовою економічного управління підприємством та містить у собі такі етапи, як планування, організацію, мотивацію та контроль. Тільки збалансована увага до основних етапів класичного процесу управління дозволяє суттєво підвищити його ефективність.

Управління – це вміння вести підприємство до його мети, мобілізуючи при цьому максимум можливостей з наявних ресурсів [1].

В умовах конкурентної боротьби підприємство має раціонально використовувати наявні ресурси для забезпечення цільового рівня прибутковості. Саме тому особливої значущості набувають питання управління потенціалом підприємства. Ефективне управління потенціалом та оптимізація бізнес-процесів підприємства дозволяє більш ефективно використовувати його обмежені ресурси, визначати пріоритети фінансування внутрішніх потреб та координувати сфери управління підприємством. Завдяки удосконаленню використання потенціалу підприємства можна підвищити рівень його ділової активності та досягти цільових показників ефективності господарської діяльності [2]. Управління потенціалом підприємства має носити стратегічний характер. Розуміння важливості стратегії управління потенціалом підприємства як найвагомішої складової його стратегічного набору дозволяє провести структурування цілей, координацію складових набору під час реалізації місії підприємства [3].

Таким чином, орієнтація процесу управління потенціалом підприємства на загальну стратегію його розвитку дозволяє максимально ефективно використовувати можливості внутрішнього середовища підприємства та оптимізувати його стратегічний набір відповідно до концепції економічного управління.

Література:

1. Анфілатов В.С. Системний аналіз в управлінні: навчальний посібник / В.С. Анфілатов, А.А. Ємельянов, А.А. Кукушкін. – Москва: Фінанси і статистика, 2002. – 368 с.
2. Ареф'єва О.В. Економічні засади формування потенціалу підприємства / О. В. Ареф'єва, Т.В. Харчук // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №7(85). – С. 71–76.
3. Ларка Л. С. Стратегія управління потенціалом підприємства як складова його стратегічного набору / Л. С. Ларка, Н. М. Донець, М. О. Сіренко // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Збірник наукових праць. Тематичний випуск: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 20 (993) – С. 159 – 163.

ПРОБЛЕМИ СТАБІЛЬНОСТІ КУРСУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ВАЛЮТИ УКРАЇНИ

Томах А.С.

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

Актуальність даної теми полягає в тому, що обмінний курс української гривні по відношенню до долара знизився в три рази за період 2015-2019 років. Метою роботи є розгляд проблем стійкості національної валюти України.

З приводу драматичних падінь гривні за останні 10 років:

2008 рік - світова фінансова криза;

2014 рік - виснаження золотовалютних резервів НБУ;

2015 рік - падіння світових цін на метали і продукти харчування, конфлікт з Російською Федерацією.

До 2014 року в Україні використовувався режим керованого плавання, суть якого полягає в тому, що держава вибирає валютний режим з урахуванням конкретної економічної ситуації, намагаючись не використовувати жорстке фіксування або вільне плавання. Однією з форм такого контролю є встановлення так званого курсового валютного коридору. Результатом такої політики і було тривале утримання долара в рамках 7,7-8 гривень за 1 долар.

Але для такої політики необхідні або значні валютні резерви, або періодичні коливання платіжного балансу. Більш того, чим не стабільнішим є стан економіки держави, тим більше повинні бути валютні резерви. Державний борг України в період з 2009 по 2019 рік зріс майже в 7 разів: від 316 885 до 2 171 916,8 млн грн. Можна зробити висновок, що НБУ не мав коштів для підтримки обмінного курсу в рамках коридору, який був закладений в прогнозах і в бюджеті країни (8-8,5 гривні за долар).

Раді НБУ є ряд рекомендацій, які повинні стабілізувати ситуацію:

- проводити моніторинг валютного ринку і ризиків для стабільності національної валюти;

- розробити захисні механізми для зниження коливань обмінного курсу, пов'язаних з сезонними факторами;

- використовувати різні форми валютних інтервенцій;

- проводити активну інформаційну політику, яка дозволить з'ясувати причини коливань на валютному ринку.

Уряд і НБУ повинні спільно:

- посилити координацію при прогнозуванні доходів і витрат бюджету;

- для уряду: збільшити експорт для поповнення валютних резервів.

АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Фадєєв Я.А.

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

Харківська область входить до числа найпотужніших індустриальних центрів Східної Європи, має прогресивну структуру промисловості серед регіонів України та є одним з найбільш інвестиційно привабливих регіонів України згідно з національними рейтингами [1].

Отже, на основі проведеного аналізу інвестиційної діяльності регіону було з'ясовано, що Харківська область має сильні сторони порівняно з іншими регіонами країни з точки зору привабливості для іноземних інвесторів. До них можна віднести: вдале гео економічне розташування; розвинену транспортну інфраструктуру для міжнародного транзиту товарів; великий промисловий потенціал регіону, що характеризується значною кількістю інноваційно-орієнтованих промислових підприємств та перевищують середньоукраїнські показники; потужний трудовий потенціал регіону; значний інноваційний та науково-технічний потенціал; розвинена інфраструктура банківського сектора; розвинений внутрішній ринок; сприятливий бізнес-клімат завдяки розвинутій мережі інформаційно-консультаційних центрів з сучасним технічним устаткуванням; високий ступінь продуктової диверсифікації експорту [2].

Проте, на наш погляд, існують проблемні аспекти, що гальмують розвиток інвестиційного процесу в регіоні та потребують вирішення на державному та регіональному рівнях. Серед них слід виділити такі: низька платоспроможність населення; коливання курсів іноземних валют, що призводить до зменшення дохідності інвестицій у перерахунку на валюту інвестора; низький рівень кваліфікації менеджерів; недостатньо розвинена інфраструктура інвестиційної діяльності в регіоні; невизначеність більшості підприємств Харківської області щодо довгострокових орієнтирів і стратегій свого розвитку та інші.

Неспроможність вирішити ці проблеми гальмує приток іноземного капіталу як в економіку країни в цілому, так і в економіку Харківської області. Саме тому необхідно правильно визначити пріоритетні завдання щодо розвитку інвестиційної діяльності області, ураховуючи сильні та слабкі сторони регіону.

Таким чином, проведений аналіз свідчить про конкурентний потенціал розвитку виробництв та сервісів, які орієнтовані на зовнішній та внутрішній ринок України і можуть забезпечити високу ефективність інвестицій. Передусім, на наш погляд, перспективи регіону пов'язані з наукомістким машинобудуванням, сільським господарством та виробництвом продуктів харчування, науково-технічними розробками та освітою, галуззю ІТ тощо.

Література:

1. Головне управління статистики у Харківській області. – <http://www.kh.ukrstat.gov.ua/>
2. Харківська область: експортний, інвестиційний потенціал, перспективи розвитку. – 2018. Інтернет-ресурс: www.compet.kh.gov.ua/ukr/potential-regionu

ПИТАННЯ ЩОДО ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ

Фальченко О.О.

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

Результативність господарювання підприємства залежить від ефективного управління капіталом підприємства. Запорукою такого управління є оптимізація структури капіталу.

Оптимальна структура капіталу являє собою співвідношення використання власних і позикових засобів, при якому забезпечується ефективна пропорційність між коефіцієнтом фінансової рентабельності і коефіцієнтом фінансової стійкості підприємства, тобто максимізується його ринкова вартість.

Ряд теоретичних концепцій оптимальної структури капіталу виходить з аналізу впливу різних комбінованих варіантів фінансування на ринкову вартість підприємства, і оптимальною вважається структура капіталу, яка максимізує ринкову вартість підприємства як бізнесу.

Найголовніша частина цього процесу – оптимізація структури капіталу, яку проводять за багатьма критеріями з метою забезпечення фінансової рівноваги підприємства разом з високою рентабельністю капіталу.

Можна виділити три методи оптимізації структури капіталу: оптимізація структури капіталу за критерієм максимізації рівня прогнозованої фінансової рентабельності; оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації її вартості; оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації рівня фінансових ризиків.

Метод оптимізації структури капіталу за критерієм мінімізації рівня фінансових ризиків передбачає процес диференційованого вибору джерел фінансування різних складових частин активів підприємства. Виокремлюють три підходи до фінансування активів підприємства: консервативний, помірний та агресивний. Виходячи зі свого ставлення до фінансового стану керівництво підприємства обирає один з розглянутих варіантів фінансування активів. Враховуючи, що на сучасному етапі довгострокові позики підприємствам практично не надаються, тоді обрана модель фінансування активів буде представляти співвідношення власного та позикового (короткострокового) капіталу, тобто оптимізувати його структуру з цих позицій.

Оптимальну структуру капіталу, тобто співвідношення між позиковими коштами і власним капіталом, можна визначити, користуючись ефектом фінансового важеля, або фінансовим левериджем. Якщо підприємство в своїх інвестиціях використовує як власні, так і позикові кошти, то рентабельність інвестування власних коштів ще називають ефектом фінансового важеля. Фінансовий леверидж – це практика використання боргових цінних паперів для фінансування інвестицій.

Таким чином, оптимальна структура капіталу є унікальним набором інструментів фінансування діяльності підприємства, що нівелюють асиметричність інформації і відповідають заданому рівню контролю.

ВИКОРИСТАННЯ МІР БЛИЗКОСТІ НА ОСНОВІ КОЕФІЦІЄНТІВ ПОДІБНОСТІ В ЗАДАЧІ РОЗПОДІЛУ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ ПО ПЛАНОВИМ ПЕРІОДАМ

Федоров А.О., Передрій А. Е. Ю.

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

Для задоволення більшої кількості споживачів, підприємство повинно випускати якомога більшу кількість типорозмірів і модифікацій виробів (різноманітне виробництво). Орієнтація на ринок означає, що підприємство намагається завоювати споживача, поставляючи кожному індивідууму відповідний для нього продукт. Таке збільшення різноманітності веде до зростання витрат виробництва на одиницю виробу, тому виникає задача зниження витрат багатоваріантного виробництва. Зниження витрат можливе на етапах планування (наборі виробничих програм і при їх розподілі на окремі планові періоди).

Одним із можливих шляхів підвищення ефективності великочисельного варіантного виробництва є концентрація виготовлення конструктивно та технологічно близьких виробів в окремі планові періоди. Таке виробництво характеризується специфічними особливостями:

$$\begin{aligned} X_i \cap X_j \neq \emptyset; i = j \\ X_i = \{g_{ip}\}; g_{ip} \in \{0,1\}; i, j = \overline{1, n}; p = \overline{1, m}; \end{aligned} \quad (1)$$

де X_i, X_j — множина деталей і технологічних операцій, необхідних для виготовлення i -го і j -го виробів;
 p — кількість характеристик виробів.

Міри близькості були побудовані на основі коефіцієнтів подібності Дейка, Джекарда, Максфедда, Отіаї, Рао, Танімото.

В результаті проведених розрахунків отримали один и той же оптимальний розподіл по усім використаним мірам у випадку, коли $|X_i| = |X_j|$. У випадку, коли $|X_i| \geq |X_j|$ міри на основі коефіцієнтів подібності Дейка, Джекарда, Максфедда, Рао, Танімото дали один і той же оптимальний варіант.

Література:

1. Задание метрики в задачах классификации объектов различной природы / А.А. Федоров, Ю. В. Лопухин, А. Ю. Скобликов // АСУ и приборы автоматики: Всеукр. межвед. науч.-техн. сб. – Х.: Изд-во ХНУРЭ, 2010. – Вып. 151. – С. 96–100.

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ И ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ОБЩИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ И ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ

Федоров А.А., Перерва П.Г., Погорелов С.Н.

*Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт», г. Харьков*

Более привычным в практической деятельности является понятие «управление производством» или «производственный менеджмент». Данный процесс связывается, главным образом, с производственной деятельностью и / или физическими изменениями состояния продукта деятельности.

По определению «операционный менеджмент» определяют по следующим формулировками. Операционный менеджмент - это деятельность по управлению процессом приобретения материалов, их превращения в готовый продукт и поставкой этого продукта покупателю. По мнению специалистов, это определение является слишком обобщенным. Оно включает в себя функцию закупки, функцию производства и функцию физического распределения, хотя и тесно связанные с операциями, обычно считаются отдельным направлениям деятельности. Операционный менеджмент - это все виды деятельности, связанной с преднамеренным преобразованием (трансформацией) материалов, информации или покупателей. Операционный менеджмент заключается в эффективном и рациональном управлении любыми операциями. Теория одинаково применима как для сферы услуг, так и для производственной сферы. Операционный менеджмент – это: а) деятельность, связанная с разработкой, внедрением и совершенствованием производственных систем, на основе которых производится основная продукция и / или услуги компании; б) управление процессами создания товаров и услуг посредникам или конечным потребителям, осуществляемый на уровне операций. Это и определяет особенности операционного менеджмента перед производственным.

Литература:

1. Романчик Т.В. Деякі аспекти економічної безпеки промислових підприємств / Т.В. Романчик // Тези доп. 24-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Інформаційні технології : наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я" (MicroCAD–2016), 18-20 травня 2016 р. / ред. Є.І. Сокол. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – С. 283.
2. Перерва П.Г. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності / П.Г. Перерва, С. Нагі, Т.О. Кобєлева // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.
3. Перерва П.Г. Моделювання споживчої, виробничої, інтелектуальної та кадрової складових ресурсного потенціалу / П.Г. Перерва, О.П. Косенко, А.В. Косенко // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2012. – № 51 (957). – С. 68-73.
4. Романчик Т.В. Аналіз стану інноваційної активності економіки України [Текст] / Т.В. Романчик // Бізнес-інформ. – 2014. – №5. – С. 111-115.
5. Kocziszky, György Reputational compliance / György Kocziszky, M. Veres Somosi, T. O. Kobielieva // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2017": тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О.В. Манойленко. – Харків: НТУ "ХПІ", 2017. – С. 140-143.

СТВОРЕННЯ СПРИЯТЛИВОГО МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПРИ УПРАВЛІННІ В РІЗНИХ РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Фісун К.А.

Національна академія Національної гвардії України, м. Харків

Проблема оцінки ефективності маркетингової діяльності на рівні регіональних підприємств і територіальних об'єднань дозволяє виділити ряд актуальних завдань в галузі побудови оптимальних схем розвитку організаційних структур управління. Пропонується один з можливих варіантів дослідження ефективності структури маркетингового зв'язку. Певною мірою це дозволяє формування концепції оцінки маркетингу регіону.

Вибір тієї або іншої структури управління залежить від особливостей зовнішнього та внутрішнього середовища розвитку регіону, особливо від макроекономічної ситуації, стратегічного бачення регіональної адміністрації, професійної підготовки її чиновників, взаємовідносин між органами влади та підприємницьким середовищем. В середині 80-х років 20-го століття спрямованість досліджень визначалася проблемою співвіднесення маркетингових дій з економічними інтересами підприємства. Було звернуто увагу на те, що маркетингові рішення приймаються без урахування економічних наслідків реалізованих засобів. Основна спрямованість подальших досліджень була спрямована на виявлення головних принципів фінансово-орієнтованого підходу в управлінні маркетинговою діяльністю. Введення нових термінів і визначень в останні роки визначає в кінцевому підсумку, процес формування нової концепції, яка змушує маркетологів переосмислювати аналітичні дослідження сучасної економіки. Однією за складових цієї концепції є формування комплексної системи оцінки ефективності маркетингу. Основна ідея цієї процедури полягає в тому, що впровадження комплексної системи оцінки має здійснюватися поступово, від простіших моделей до складніших. Незважаючи на простоту даного положення, його практичне використання є досить проблематичним.

Справжньою проблемою є те, що відсутність оцінки ефективності результатів чергової маркетингової програми не дозволяє раціонально приймати рішення з абсолютно конкретних питань, що мають практичне значення для будь-якого підприємства і адміністрації регіону: обсяг маркетингового бюджету; кількість і характер маркетингових заходів; послідовність реалізації заходів; структура органів управління.

Дослідження питання оцінки побудови системи маркетингового управління в регіоні дозволяє сформулювати ряд положень щодо визначення функціональної відповідальності адміністрації. Цікавим є усунення структурної, інформаційної та інших видів надмірності для досягнення максимального значення ефективності діяльності організації. Отже, виникає завдання інтегральної оцінки структури складної системи в цілому. Використання методів прикладної теорії графів дозволяє вирішити деякі аспекти даного завдання. Виникає необхідність розподілу функціональних повноважень та завдань між створеними або планованими структурами управління.

ВИКОРИСТАННЯ НЕЙРОННИХ МЕРЕЖ В ОБЛІКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Фонарьова Т.А., Петренко В.О., Бушуєв К.М.

Національна металургійна академія України, м. Дніпро

В мінливому ринковому середовищі виникає гостра необхідність в побудові прогностичних тенденцій и перспектив подальшого розвитку підприємства. В таких умовах необхідний креативний підхід до формування інформаційної системи. Креативність пов'язують з інноваційним способом розвитку підприємства, коли для прийняття управлінських рішень використовують додаткову нетрадиційну інформацію про традиційні об'єкти (ресурси, процеси, капітал, логістику, маркетингові дослідження та ін.).[1] Для розширення можливостей інформаційної системи підприємства авторами запропоновано удосконалити її підсистему аналізу та прогнозування шляхом впровадження системи підтримки прийняття рішень (СППР) із застосуванням можливостей нейронних мереж. [2] Кожне конкретне підприємство в чинність специфіки своєї діяльності й індивідуальності організаційної побудови може самостійно визначити свою систему показників обліку. А одне з ключових місць в механізмі управлінського обліку займає оцінка праці індивідів і колективів, що складає ядро мотивації трудової діяльності працівників та забезпечує зацікавлення в досягненні цілей підприємства. Людський капітал, як і будь-який інший капітал (фізичний, природний, фінансовий) має вартість, підлягає відтворенню, відновленню, модернізації й розвитку. Основні показники його виміру є вартість і продуктивність (ефективність) як інтенсивного фактору розвитку. Для проведення аналізу та кількісної оцінки вартісних показників людського капіталу підприємства, а також для зниження трудомісткості ведення управлінського обліку людського капіталу, авторами пропонується використання СППР із застосуванням можливостей нейронної мережі в системі управлінського обліку. Така система підтримки та прийняття рішень дозволить приймати найважливіші рішення стосовно персоналу підприємства в інтерактивному режимі, дасть можливість аналізувати, прогнозувати вартісні показники людського капіталу на індивідуальному рівні, та на рівнях підприємства, галузей й держави в цілому. Інформація щодо ціни людського капіталу та ефективності його використання є базою для формування управлінського балансу людського капіталу в системі управлінського обліку підприємства.

Література:

1. Фонарьова Т.А. Передумови виникнення, сутність та місце креативної інформації в системі менеджмента промислових підприємств / В.О. Петренко, Т.А.Фонарьова, К.М. Бушуєв // Математичні моделі та новітні технології управління економічними та технічними системами [Текст]: монографія. - Харків: ФОП Мезіна В.В., 2017. – 317 с. С. 7 – 15.
2. Петренко В.О. «Застосування нейронних мереж в системах підтримки та прийняття рішень маркетингової інформаційної системи підприємства» / В.О. Петренко, К.М. Бушуєв, Л.М. Савчук, Т.А. Фонарьова // Управління проектами та розвиток виробництва: Зб. наук.пр. – Вид-во СНУ ім. В.Даля, 2018. – №3(67). – С. 43-52.

ВПРОВАДЖЕННЯ БЕРЕЖЛИВОГО ВИРОБНИЦТВА НА ПІДПРИЄМСТВАХ МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Фоцій М.Д.

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

У сучасних, постійні зміни умов ринку, багато підприємств прагнуть підвищити ефективність своєї діяльності за рахунок різних інструментів і методів організації виробництва. Одним з найбільш популярних і ефективних зараз методик, впроваджуваних в практику господарюючих суб'єктів, є бережливе виробництво

Феномен бережливого виробництва виник в Японії, підприємства якої з середини 50-х років формували особливий підхід до організації виробничих, а згодом і інших процесів, що дозволив країні, яка практично не має природних ресурсів, зайняти друге місце в світі за обсягом ВВП. Система отримує все більш широке визнання в світі, коли промисловці США, відчули гостру конкуренцію з боку Японців на власному автомобільному ринку.

Бережливе виробництво – це ідеологія і методи, що забезпечують виявлення і усунення непродуктивних втрат, що виникають в процесі роботи, підвищення якості і скорочення витрат за рахунок оптимізації технології виробництва.

Але, не дивлячись на значні позитивні сторони, існують і певні труднощі і обмеження, які необхідно подолати для створення ефективної системи бережливого виробництва на підприємствах молочної промисловості: необхідність значних організаційних змін і готовність персоналу до цих змін; можливі суттєві матеріальні витрати; перепідготовка кадрів; необхідність тісної взаємодії з постачальниками, замовниками, і здатність постачальників поставляти продукцію належної якості в строго встановлений час; тривалі терміни впровадження; відсутність достатньої державної підтримки.

Складність полягає в необхідності застосування інструментів бережливого виробництва всім персоналом підприємства. У процесі безперервного вдосконалення керівники встановлюють цілі, ініціюють зміни, забезпечують їх ресурсами і підтримують дотримання стандартів. Рядові співробітники виконують стандартизовану роботу і виявляють ініціативу щодо вдосконалення роботи, підтримувану системою подачі пропозицій і кружками якості, крім того, самі управляють ситуацією на своїй ділянці роботи. Все це неможливо без особливої ментальності співробітників підприємства, під якою слід розуміти особливості, які підтримують прихильність згаданим вище принципам.

При впровадженні системи бережливого виробництва необхідно пам'ятати, що реорганізація виробництва – це проект, який вимагає не тільки уважного і вдумливого ставлення, а й обов'язковою попередньої оцінки доцільності впровадження. Крім того, в даний час йде активний розвиток інформаційних рішень для автоматизації бережливого виробництва, використання яких спільно з традиційними системами управління може в чималому ступені сприяти оптимізації впровадження даної концепції.

ТЕНДЕНЦІ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Фоцій П.М., Мирченко О.О.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Кондитерська промисловість України є одну із найбільш розвинених галузей харчової промисловості України. За 2016-2017 роки простежувалась тенденція до відновлення та зміцнення промисловості, актуально розглянути теперішню ситуацію.

В 2018 році фінансовому вираженні ринок кондитерський виробів України збільшився майже на 25%, однак найважливішим в цьому факті є те, що зростання відбулося не за рахунок інфляційного чинника: «купають менше, зате за дорожчою ціною», а завдяки реальному зростанню продажів солодошів всіх видів. Свідчать цифри Держстату: за підсумками минулого року кондитерський ринок досяг планки в € 20,5 мільярда (або на чверть щодо року 2017); в натуральному обчисленні цукерок, печива та інших солодошів було реалізовано 146 мільйонів тонн.

У сегменті всієї харчової продукції, такий вражаючий сплеск продажів змогло перевершити тільки дитяче харчування. Цікаво і те, як розподілилися і переваги українських ласунів – понад 60% всієї кондитерської реалізації в Україні припало на три основних виробі: шоколад в плитках (як темний, так і світлий) - 26,6% від всієї реалізації в гривневому вираженні; шоколадні цукерки нефасовані в коробки на вагу – 17,3%; печиво та бісквіти зайняли частку в розмірі 19,5%.

Одночасно з цим в Україні зростає попит і на обладнання для виготовлення солодошів. Причому не тільки в промислових масштабах, а також для випічки, заморозки та інших маніпуляцій для приготування власних кондитерських виробів в ресторанах, пекарнях і навіть вдома.

Найбільше зростання щодо попереднього 2017 року, показав знову-таки плитковий шоколад, якого продали на 29,8% більше і шоколадні батончики – 26,6%. При цьому, найбільш вражаючий продажний стрибок здійснили плитки шоколаду з горіхами - 77,5%.

Ключову роль сьогодні відіграє такий канал збуту як мережеві гіпер-і супермаркети, частка яких в кондитерській роздробі становить 50-60% (наприклад, бісквіти) в залежності від виду товару. А ось, онлайн-торгівля солодошами, так само як і всіма продуктами харчування в цілому, в Україні поки що розвинена незначно.

За січень 2019 року експорт кондитерських виробів з України продемонстрував рекордний показник, що може виправдати прогнози зростання експортних відвантажень. Україна імпортувала рекордні 1,2 тис. т. кондитерської продукції на суму в \$ 5,1 млн в січні 2019 р. Лідуючу позицію постачальника займає Туреччина.

МОТИВАЦІЙНІ ЧИННИКИ КРИЗИ УПРАВЛІННЯ У ЖИТТЄВОМУ ЦИКЛІ ПІДПРИЄМСТВА

Хомич Л.В.

Хмельницький національний університет, м. Хмельницький

Глобалізаційні процеси в економіці, швидкі зміни споживчого попиту і скорочення життєвого циклу товарів, зростання вимог працівників до умов праці і якості життя, а споживачів до якості товарів та послуг змушують менеджмент підприємств постійно вдосконалювати методи і прийоми управління – не тільки для збереження життєздатності, а й для підтримання функціонування підприємства у найбільш сприятливому з погляду економічної віддачі етапі життєвого циклу (ЖЦ). Це потребує обґрунтованого підходу до управління здійснюваними процесами на різних його стадіях. Зважаючи на те, що проектування бізнес-процесів і їх реалізація здійснюється людьми, які, співвідносячи свої цілі із цілями підприємства, прагнуть максимізувати власну вигоду (винагороду), доцільно припустити, що динамічний розвиток підприємства (і перехід на вищу стадію ЖЦ), а також його стабільне функціонування на стадії розквіту значною мірою зумовлюється дієвістю мотиваційних технологій – технологій, націлених на формування у працівників підприємства мотиваційних переваг, які відповідають цілям і завданням підприємства на відповідному етапі ЖЦ.

Мотивація є тією складовою управління, яка безпосередньо впливає на поведінку учасників бізнес-процесів. Вона включає мотиви і стимули, які відрізняються за структурою (мотиви), формами й методами (стимули) та мають різну цінність для різних учасників (і тому мусять бути диференційованими – за категоріями працівників, їх професійно-кваліфікаційними характеристиками, змістом виконуваної роботи і досягнутими результатами). За відсутності дієвих стимулів з боку суб'єкта управління (а дієвість визначається їх цінністю для задоволення потреб тих, на кого ці стимули спрямовані), мотивація слабшає, а то й зовсім втрачається. Цей очевидний висновок із теорії мотивації послужив підставою для твердження про те, що кризи управління, які спричиняють втрату підприємством позитивної динаміки розвитку, певною мірою можна пояснити втратою дієвості стимулюючих засобів для ключових груп його стейкхолдерів – від топ-менеджерів, менеджерів функціональних служб і проектів і до бізнес-партнерів, роль яких у створенні продукції може змінюватись по мірі зміни ринкових диспозицій кожного учасника партнерства.

І це означає, що діагностика кризових явищ в діяльності підприємства має здійснюватися не тільки шляхом усебічного структурно-динамічного аналізу фінансово-економічних показників, а й охоплювати питання, що відносяться до мотиваційної складової управлінських відносин – в контексті ефективності соціальної взаємодії у середовищі її ключових учасників. Розробка процедури проведення такого дослідження на підприємствах, що перебувають на різних стадіях життєвого циклу, буде наступним етапом даної роботи.

СТРАТЕГІЧНІ БІЗНЕС-ОДИНИЦІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТ ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Худещенко А.І., Ларка Л.С.

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

Залежно від розміру, фінансових потужностей, ринкових перспектив та інших факторів сучасне підприємство може здійснювати один напрям діяльності або диверсифікувати свою діяльність відразу за декількома напрямками. Окремі напрями діяльності підприємства в такому разі слід розглядати як стратегічні бізнес-одиниці, які формують прибутки підприємства на різних ринках у різних сферах діяльності, мінімізуючи до того ж ризики сукупного збитку [1].

Наприклад, для будівельної компанії «Спецбудмонтаж-Україна», яка спеціалізується на будівництві об'єктів промислового, житлового, адміністративного та соціально-культурного призначення, стратегічними бізнес-одиницями є:

- будівельні та монтажні роботи загального призначення;
- будівництво об'єктів інженерної інфраструктури;
- будівництво об'єктів транспортної інфраструктури.

Управління розвитком стратегічних бізнес-одиниць компанії є складовою як економічного управління підприємством, так і стратегічного.

Завданням стратегічного управління є забезпечення економічного зростання підприємства, підвищення його конкурентоспроможності. В основі стратегічного управління лежить необхідність:

- стратегічного аналізу змін зовнішнього середовища (на ринку, в політиці, законодавстві тощо) і умов для формування цілей, потенційних можливостей підприємства (ресурси, проекти, ідеї, наявність команди тощо);
- вибору стратегії розвитку підприємства й альтернативних варіантів; – реалізації вибраної стратегії розвитку [2].

Завданнями економічного управління є забезпечення цільового рівня прибутковості господарської діяльності підприємства, досягнення запланованого рівня рентабельності перспективних бізнес-одиниць та скорочення проблемних бізнес-одиниць.

Розглядаючи стратегічні бізнес-одиниці підприємства як об'єкт економічного управління, керівництво підприємство підвищує ступінь обґрунтованості господарських рішень та більш раціонально використовує наявний виробничий потенціал.

Література:

1. Стернюк О.Б. Обґрунтування вибору стратегій розвитку стратегічних бізнес-одиниць. Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/15921/1/58_379-383_Vis_725_Ekonomika.pdf. Дата звернення 11.03.2019 р.

2. Ларка Л. С. Бізнес-планування в системі економічного управління підприємством / Л.С. Ларка, К. П. Нелюб // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – № 27 (1199). – С. 3–7.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Целинская А.А., Перерва П.Г.

*Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт», г. Харьков*

Вопросы интеллектуальной собственности в Украине сейчас особенно зависят от следующего: будет ли Украина существовать как страна с собственными полноценными нематериальными активами на основе объектов интеллектуальной собственности (ОИС), которые создают высокую добавленную стоимость и генерируют долю в национальном валовом продукте. Поэтому важнейшей задачей экономики нашей страны является осуществление процессов коммерциализации ОИС. Все это требует научного обоснования.

По аналогии с материальными продуктами право на ОИС также может быть оценено в денежном выражении как нематериальный актив предприятия. Отечественные предприятия смогут за счет создания ОИС существенно увеличить свою рыночную стоимость, и, соответственно, получают возможность путем эмиссии превратить свои активы на реальные деньги, так необходимые для модернизации и реструктуризации производства, то проблема инвестиций будет решена. Капитализация подавляющего большинства украинских предприятий не включает стоимость ОИС в качестве нематериальных активов, а только основанная на оценке материальных активов - основных средств. С учетом наличия большой кредиторской задолженности такой примитивный способ оценки стоимости приводит и приводит к значительной недооценке этих предприятий и негативно сказывается на их привлекательности.

Эффективное решение проблем коммерциализации ОИС определяет прочность фундамента для инновационной модели развития страны и ее модернизации, содействие по активному использованию интеллектуального потенциала государства для ускоренного инновационного развития ее и приближения к передовым странам в экономическом развитии, а еще - повышение конкурентоспособности в мировой экономической системе.

Литература:

1 Перерва П.Г. Моделювання споживчої, виробничої, інтелектуальної та кадрової складових ресурсного потенціалу / П.Г. Перерва, О.П. Косенко, А.В. Косенко // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2012. – № 51 (957). – С. 68-73.

2 Романчик Т.В. Деякі аспекти економічної безпеки промислових підприємств / Т.В. Романчик // Тези доп. 24-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Інформаційні технології : наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я" (MicroCAD-2016), 18-20 травня 2016 р. / ред. Є.І. Сокол. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – С. 283.

3 Перерва П.Г. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності / П.Г. Перерва, С. Нагі, Т.О. Кобелева // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.

4 Романчик Т.В. Аналіз стану інноваційної активності економіки України [Текст] / Т.В. Романчик // Бізнес-інформ. – 2014. – №5. – С. 111-115.

НАЦІОНАЛЬНА ВИЩА ОСВІТА У СВІТОВОМУ ВИМІРІ

Чайка І.П.

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава

Сьогодні ми спостерігаємо інтернаціоналізацію вищої освіти України у полікультурний світовий простір. Тому важливості набуває аналіз міжнародних світових рейтингів, які відбивають якісні характеристики провідних освітніх систем. Так, ефективність системи вищої освіти в країні загалом досліджує щорічний міжнародний рейтинг QS Higher Education System Strength Rankings. Під час складання рейтингу порівнюються освітні здобутки країн за чотирма показниками, які для визначення позиції країни враховуються однаково: ефективність освітньої системи, доступність якісної освіти, кращий ЗВО країни, економічні умови.

Згідно QS Higher Education System Strength Rankings Україна у 2016 році отримала 45 місце рейтингу, у 2018 — 44. Порівняємо досягнення національної системи вищої освіти з лідерами рейтингу (табл.).

Таблиця

Рейтинги освітніх систем QS Higher Education System Strength Rankings [1]

Країна	Показник, роки											
	Місце у рейтингу		Ефективність освітньої системи		Доступність якісної освіти		Кращий ЗВО країни		Економічні умови		Загальна оцінка	
	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018	2016	2018
США	1	1	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Сполучене Королівство	2	2	98,6	98,7	96,7	97,6	99,8	99,5	99,9	98,3	98,5	98,6
Німеччина	3	4	93,9	94,3	97,9	97,1	92,2	91,1	99,0	91,0	93,9	93,4
Україна	45	44	10,0	16,1	5,0	14,4	12,2	8,5	39,3	55,9	16,6	23,7

Наведені у табл. дані свідчать про таке:

1. Україна в 2016 — 2018 рр. в цілому покращила свої освітні здобутки.
2. Розрив між першим місцем рейтингу і українським у 2018 році склав 76,3 бали — маємо відставання від лідерів більше, ніж в чотири рази.
3. Найбільше балів у структуру показників, які оцінювались, принесли Україні економічні умови, найменше - ефективність роботи провідного ЗВО країни в рамках глобального рейтингу. Тобто, найбільше впливає на загальний рейтинг української освіти її відносно невелика вартість, а не наукові здобутки. Слід також зазначити, що за показником “Кращий ЗВО країни” Україна навіть погіршила свої позиції у досліджуваному періоді — на 3,7 бали.
4. Як позитивне слід відзначити суттєве покращення у 2018 р. показника “Доступність якісної освіти”, який зріс майже в три рази (з 5,0 до 14,4 балів), що свідчить про демократизацію вступу до провідних ЗВО України.

Література:

1. QS Higher Education System Strength Rankings [Електронний ресурс]. – QSTopuniversities, 2018. – Режим доступу: <https://www.topuniversities.com/system-strength-rankings/2018>

ПРОБЛЕМА ВІДБОРУ БАЗОВИХ МЕТРИК КОЕФІЦІЄНТНОГО ЕКСПРЕС-АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Чайка Т.Ю., Жернова Є.О.

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

Метою даного дослідження є пошук максимально обмеженого набору метрик, які відображають основні компоненти діяльності підприємства та є придатними для проведення експрес-аналізу. Як вказують, зокрема, А.О. Касич, К.О. Мірошніченко (2018), експрес-аналіз фінансової звітності дозволяє уникнути зайвої трудомісткості і надає зовнішнім споживачам можливість оперативно оцінювати діяльність підприємства [1]. Традиційно самим коротким переліком базових складових діяльності компаній є такий: рентабельність, ліквідність, платоспроможність, активність [2]. У таблиці 1 представлена запропонована нами система коефіцієнтів експрес-аналізу фінансової звітності. Таблиця 1 – Система коефіцієнтів експрес-аналізу фінансової звітності

Напрямок аналізу	Назва коефіцієнта	Формула	Розрахунок за НП(С)БО України
Рентабельність (Profitability)	Рентабельність продажів (Gross Profit Margin, <i>GPM</i>)	$GPM = \frac{GP}{R}$, де <i>GP</i> (<i>Gross Profit</i>) – валовий прибуток; <i>R</i> (<i>Revenue</i>) – чистий дохід від реалізації продукції.	$\frac{\text{код 2090}}{\text{код 2000}}$
Ліквідність (Liquidity)	Коефіцієнт поточної ліквідності (Current Ratio, <i>CR</i>)	$CR = \frac{CA}{CL}$, де <i>CA</i> (<i>Current Assets</i>) – оборотні активи; <i>CL</i> (<i>Current Liabilities</i>) – поточні зобов'язання і забезпечення.	$\frac{\text{код 1195}}{\text{код 1695}}$
Платоспроможність (Solvency)	Коефіцієнт фінансової залежності (Debt Ratio, <i>DR</i>)	$DR = \frac{TL}{TA}$, де <i>TL</i> (<i>Total Liabilities</i>) – загальні зобов'язання; <i>TA</i> (<i>Total Assets</i>) – загальні активи.	$\frac{\text{код 1900} - \text{код 1495}}{\text{код 1300}}$
Активність (Activity)	Оборотність запасів (Inventory Turnover, <i>IT</i>)	$IT = \frac{COGS}{AI}$, де <i>COGS</i> (<i>Cost of Goods Sold</i>) – собівартість реалізованої продукції; <i>AI</i> (<i>Average Inventory</i>) – середньорічні запаси.	$\frac{\text{код 2050}}{\frac{1}{2} \left(\begin{array}{l} \text{код 1100}_{\text{поч. року}} + \\ \text{код 1100}_{\text{кінець року}} \end{array} \right)}$

По кожному з представлених напрямів аналізу існує велика кількість коефіцієнтів і методик їх розрахунку, але ідеологія експрес-аналізу передбачає мінімізацію їх числа, в ідеалі, до одного показника по кожному з напрямків. Тому коефіцієнти відібрані, виходячи з принципу максимально загального презентування відповідного напрямку аналізу. Природно, при необхідності більш детального аналізу можуть залучатися інші метрики.

Література:

1. Касич А.О., Мірошніченко К.О. Методика експрес-аналізу фінансових результатів діяльності підприємства. Економіка та суспільство = Economy and Society : електрон. наук. фахове вид. 2018. Вип. 18. С. 922-927. URL : http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18_ukr/128.pdf
2. Daryanto W.M., Sjahrifa C. Profitability, Liquidity, Activitym and Solvency Ratios Analysis of Oil and Gas Industry: an Indonesia Experience. Conference on Management and Behavioral Studies Universitas Tarumanagara. Jakarta, 12 Oktober 2017. P. 364-375.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОБЛІКУ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Черв'як О.Ю., Побережна Н.М.

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

Система бухгалтерського обліку та економічного контролю за фінансовими результатами, витратами і доходами в сучасних підприємствах не може повноцінно існувати без належного їхнього нормативно-правового забезпечення.

Основними нормативно-правовими документами регулювання обліку, аналізу та контролю фінансових результатів діяльності доцільно вважати: Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI.; Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 року № 435-IV; Господарський кодекс України від 16 січня 2003 року № 436-IV; Бюджетний кодекс України від 08 липня 2010 року № 2456-VI; Закон України Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність № 2258-VIII від 21.12.2017; Закон України Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні № 996-XIV від 16.07.1999; НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013р. № 73; План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій № 291 від 30.11.1999 р.; Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань Наказом Міністерства фінансів України від 02.04.2014 р. № 879 та ін.

Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку, затверджене наказом Міністерства фінансів від 24.05.1995. за № 88 встановлює порядок створення, прийняття і відображення у бухгалтерському обліку, а також зберігання первинних документів, облікових реєстрів, бухгалтерської та іншої звітності, що ґрунтується на даних бухгалтерського обліку, а розроблені та затверджені національні та міжнародні положення (стандарти) бухгалтерського обліку пояснюють визначення понять доходів, витрат, чистого доходу від реалізації продукції, товарів, робіт та послуг, прибутку та збитку від діяльності підприємства, визначають правила їх обліку, розрахунку та відображення результатів діяльності у відповідних формах фінансових звітів.

Література.

1. Мантрова Є. В. Сутність та необхідність оцінки фінансового стану сучасного підприємства / Є. В. Мантрова, Н. М. Побережна // Труды XXV міжнародної науково – практичної конференції [«Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я»], (Харків, 17-19 травня 2017 р.). – Харків : НТУ «ХПІ», 2017 р., С. 222.

2. Побережна Н. М. Фінансова звітність у системі управління підприємством [Електронний ресурс] / Н. М. Побережна // Східна Європа: економіка, бізнес та управління : електрон. наук. фахове вид. – 2017. – Вип. 6 (11). – С. 335-340. – URI: http://www.easterneuropebm.in.ua/journal/11_2017/65.pdf. – Режим доступу: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/35693>

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЙНІ НАПРЯМИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Чернобровкіна С. В.

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

В роботі розглянуто комунікаційні напрями просування продукції підприємства та узагальнено цілі, засоби та об'єкти спрямування.

Комунаційна стратегія просування	Push strategy	Pull strategy
Об'єкт спрямування	Роздрібні та оптові продавці, дистриб'ютори, брокери, торговий персонал	Кінцевий споживач
Ціль	<ul style="list-style-type: none"> •Залучення нових посередників; •інтенсифікація роботи на сталих ринках посередників; •покращання торгових відносин 	<ul style="list-style-type: none"> •залучення нових споживачів; •утримання існуючих споживачів; •створення мотивації додаткового споживання товару; •поліпшення лояльності споживачів до товару або торгової марки
Засоби	<ul style="list-style-type: none"> •надання права ексклюзивного збуту на певній території; •оптові знижки; •оплата витрат за гарантійним обслуговуванням; •надання рекламних матеріалів і зразків товарів; •виділення коштів на стимулювання збуту; •поставка товарів за рахунок фірми; •навчання персоналу, конкурси з продажу 	<ul style="list-style-type: none"> •реклама товару або торгової марки; •надання безкоштовних товарів; •купони, які надають право повернення частини грошей

Вибір однієї з цих стратегій (або їх комплексне застосування) визначається підприємством і залежить від обраної стратегії охоплення ринку.

Література:

1. Промисловий маркетинг : Навч. посібн. / під ред. О. О. Шубіна. – К. :НМЦВО МОІН України, Студцентр, 2002. – 432 с.
2. Охріменко Г. В. Використання ВТL-реклами та інтегрованих маркетингових комунікацій в рекламній стратегії просування товару на ринок / Г. В. Охріменко // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Л. Українки. – Луцьк., 2009. - № 23. – С. 48 – 52.

ФОРСАЙТ – МЕТОДОЛОГІЇ СТРАТЕГІЧНОГО БАЧЕННЯ І КРЕАТИВНОСТІ

Чернова Лд.С., Чернова Лб.С.

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

Застарілі моделі прогнозування в умовах мінливої економічної ситуації і неоднозначних кроків світових регуляторів вже просто не можуть дати економістам, аналітикам і експертам точну картину світу. А без цього взагалі неможливо вибудовування ефективної соціальної та економічної політики. Найважливіше, що зараз нікому не потрібні просто прогнози, які не підкріплені практичною частиною, тому сам по собі сегмент прогнозування в останні роки сильно змінився, хоча базою залишилися звичні методи.

Традиційні підходи до управління програмами та проектами як і раніше застосовуються багатьма організаціями. Але ми вважаємо, що такі методи втрачають свою ефективність у турбулентному середовищі. Тому запропоновані інструменти форсайт-методології у програмах розвитку, які у першу чергу є методологією прогнозування.

В роботі розглянуті питання стратегічного бачення і креативності з точки зору форсайт-технологій. Нами стверджується, що люди і організації, які мають досвід ідентифікувати приховану поведінку і майбутні події у технології можуть зрозуміти їх, стануть обов'язковими в наступному десятиріччі. Саме наше сприйняття і очікування наших відносин і взаємодій встановлюють наші "нормальні діапазони" поведінки.

Обмеження, які не дозволяють повністю розгорнути креативні передумови - частина кожної системи. Слово обмеження часто позиціонують як негативний або обмежувачий чинник з межами, правилами поведінки, засобами управління або операторами. Тому необхідна адаптація до кожної системи – здатність зрозуміти, що системи, в яких ми живемо, не є статичними, але є динамічними. Ми стикаємося з типовими системами щодня на роботі, в дозвіллі, і удома: офіс, ресторан, і футбол є прикладами. Кожний містить змінні і має правила примусити їх працювати для суспільної користі. На робочому місці змінні є місцями, меблями, устаткуванням і людьми, що використовують технології. Змінні ресторану включають обмін продуктами, послугами, і роботою. Динамічна екологія системи поведінки - система безперервної зміни і адаптації, в якій кожна нова змінна, що входить в систему таку як, інтернет, пінорезина, смартфон, або будь-яка нова технологія, ідея, або людина встановлює свої власні обмеження. Ці обмеження у свою чергу змінюють існуючі обмеження змінних, які вже представлені в системі. Так розширення організації, наприклад, розширить існування - місцеположення обмежень поля, бачення, розмір зміни штату, області ринку і виробництва. Змінній призначають цінність і значення доцільності рішення прийнятої проблеми.

Література:

1. Бушуєв С.Д., Яковенко В.Б. Семіотика і креативність у розвитку складних систем. Монографія. – К.: 2012. – 370 с.

ДЕЯКІ ПІДХОДИ ДО МОДЕЛЮВАННЯ РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ**Чернова Н.Л.****Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця,
м. Харків**

Сучасний ринок цінних паперів характеризується численними спекулятивними процесами і емісіями великої кількості похідних фінансових інструментів, що сприяє його нестійкості. Таким чином, існує нагальна потреба у його досконалому вивченні як системи, що характеризуються високим ступенем невизначеності процесів функціонування та розвитку.

Для моделювання стану ринку цінних паперів може бути використаний апарат теорії марковських випадкових процесів. У якості змінної стану розглянемо ціну фінансових інструментів. Попередньо перейдемо від початкових рядів цін до відповідних ланцюгових приростів.

Марківська модель вважається повністю визначеною, якщо відомо матрицю перехідних ймовірностей станів та початковий стан системи. Для побудови матриці перехідних ймовірностей припустимо наявність трьох можливих станів: низька волатильність; середня волатильність; висока волатильність. Кожен стан характеризується діапазоном значень ланцюгових приростів ціни. Ці діапазони визначаються в залежності від величини стандартного відхилення ряду. Прийнемо наступні припущення: низька волатильність ряду характеризується розкидом значень в межах одного стандартного відхилення, тобто $[-1\sigma; +1\sigma]$; середня волатильність діагностується, коли значення ряду потрапляють в діапазони $[-2\sigma; -1\sigma]$ або $[+2\sigma; +1\sigma]$; висока волатильність спостерігається, коли значення відхиляються від середнього більш ніж на 2 стандартних відхилення.

В табл.1 наведено приклад побудови матриці перехідних ймовірностей станів для десятирічних облігацій державного займу України. У якості вихідних даних розглянуто ціни закриття сесії за період 2017-2018рр.

Таблиця 1

Перехідні ймовірності

волатильність	висока	середня	низька
висока	0,8	0,15	0,05
середня	0,64	0,24	0,12
низька	0,63	0,21	0,16

Подібні матриці побудовано для облігацій зі строками погашення від двох до дев'яти років. Далі пропонується визначити три узагальнюючі матриці відповідно для короткострокових, середньострокових та довгострокових облігацій. Це зумовлено тим, що характер волатильності для інструментів відповідних строків може суттєво різнитися. Побудовані матриці використовуються для прогнозування волатильності ринку в залежності від його поточного стану.

ПОТЕНЦІАЛ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЛІСОВИХ ГОСПОДАРСТВ: СУТНІСТЬ І СКЛАДОВІ

Черчик А.О.

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

Потенціал еколого-економічної безпеки лісових господарств (ПЕЕБЛГ) – це сукупність усіх його можливостей (ресурсів, компетенцій, прав) забезпечити захист власних інтересів, стійкість до загроз, стабільність розвитку, досягнення поточних та стратегічних цілей без нанесення шкоди оточуючому середовищу, збереження природно-ресурсного потенціалу території.

Мета формування ПЕЕБЛГ – досягнення бажаного рівня захищеності від негативних впливів, завдяки сформованій внутрішній стійкості в тих економічних, політичних, соціальних та інших умовах, які склались.

Цілі його формування визначаються обраною стратегією. Проте їх можна згрупувати у такі блоки: формування нових конкурентних переваг за рахунок впровадження техніко-технологічних інновацій, нових товарів і послуг, підвищення рівня якості та екологічності; розвиток стратегічних зон бізнесу; формування дієвої системи управління ЕЕБЛГ; оптимізація структури підприємств з урахуванням особливостей розвитку сфери.

Вважаємо за доцільне виділити три групи ПЕЕБЛГ: економічний, екологічний та управлінський.

До потенціалу економічної безпеки відносяться такі складові: ресурсний, фінансовий, кадровий, інвестиційно-інноваційний, техніко-технологічний. Інтегруючим ці складові результатом є впровадження екологобезпечних техніко-технологічних інновацій, які забезпечують довгострокові конкурентні переваги.

До потенціалу екологічної безпеки відносяться: потенціал відновлення лісових ресурсів, потенціал використання лісових ресурсів, потенціал лісоохоронної діяльності.

Управлінський потенціал безпеки формують система менеджменту підприємства загалом, управління ЕЕБ зокрема, компетенції працівників (в усіх сферах діяльності та складових двох попередніх груп потенціалу еколого-економічної безпеки підприємства, зокрема: здатність системи менеджменту до стійкого збереження основних показників і параметрів функціонування без негативного впливу на НПС; здатність забезпечувати розвиток, досягати поставлених цілей з урахуванням природоресурсних обмежень; здатність адекватно реагувати на виклики та стійкість до деструктивних змін зовнішнього, в тому числі природного середовища; здатність ефективно використовувати усі види ресурсів; здатність швидко усунути різноманітні загрози або пристосуватися до існуючих умов, що можуть негативно позначитися на показниках діяльності; здатність запобігати або мінімізувати забрудненню довкілля без зменшення величини прибутку при дотриманні чинних екологічних норм у процесі виробництва), організаційний потенціал (потенціал оргструктури, комунікаційний потенціал, операційний потенціал).

РИЗИКИ ТА ЗАГРОЗИ ЗОВНІШНЬОЇ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ

Черчик Л. М.

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

Зовнішня трудова міграція є складним, багатоаспектним явищем, що чинить неоднозначний вплив на соціально-економічний та демографічний розвиток країн. Оцінка впливу процесів зовнішньої трудової міграції – складне явище, яке потребує комплексного підходу до вивчення його впливу на розвиток суспільства. Одним з таких підходів є безпековий, оскільки негативні наслідки зовнішньої трудової міграції суттєво впливають на національну безпеку. Зауважимо, що визначення безпекових ризиків зовнішньої трудової міграції у наукових працях нами знайдено не було, оскільки усі дослідники, які займалися цією проблемою, визначали їх як позитивні чи негативні наслідки щодо їх впливу на основні соціально-економічні та демографічні процеси країн-донорів і країн-реципієнтів працівників. Безпекові ризики зовнішньої трудової міграції є складними, багатограними явищами, які впливають на економіку, соціальну сферу та демографічні процеси. Їх реалізація призводить до певних негативних наслідків.

Узагальнення наукових праць дало можливість сформулювати авторське визначення сутності наслідків зовнішньої трудової міграції населення як результат впливу комплексу аспектів та чинників на зміну характеристик певних економічних, демографічних та соціальних процесів у країні в'їзду (країна-реципієнт) трудових мігрантів та у країні виїзду (країна-донор), які також змінюють стан самих трудових мігрантів при перебуванні у країні прикладання праці та при поверненні на батьківщину.

Ризики та загрози зовнішньої трудової міграції економічній безпеці:

- для країн-донорів трудових мігрантів: посилення залежності від іноземного попиту не лише на товари, але і на трудові ресурси, зменшення виробництва продукції на експорт, переорієнтація капітальних вкладень з освоєння виробничих ресурсів на споживання зростання інфляції за рахунок трансфертів з-за кордону, посилення навантаження на соціальний фонд у результаті відтоку працездатного населення, посилення відтоку капіталів з України, зниження частки впровадження інновацій, гальмування розвитку науки та промисловості внаслідок «витоку мізків», знижується рівень безпеки та економічні показники, зростання цін на житло, яке є основним засобом вкладення коштів за рахунок збільшення попиту, перехід до розряду економічно пасивного населення частини осіб, які накопичили необхідні для життєдіяльності кошти шляхом зовнішніх трудових міграцій;

- для країн-реципієнтів: скорочення рівня заробітної плати за рахунок збільшення пропозиції праці, зайняття трудовими мігрантами робочих місць корінного населення, збільшення витрат на соціальну допомогу безробітним мігрантам, гальмування модернізації виробництва, блокування можливостей впровадження працезберігаючих технологій.

АКТУАЛЬНІСТЬ МІЖНАРОДНОЇ РЕКЛАМИ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА Честних Я.С.

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

Актуальність даної теми обумовлена проблемою просування товарів та послуг на світовому ринку в умовах постійно зростаючої конкуренції. Підприємства, що виходять на світовий ринок, зустрічають сьогодні жорстоку конкурентну боротьбу. Щоб вижити в цій боротьбі і досягти успіху, необхідно використовувати можливості маркетингу. Маркетинг трансформує цілі фірми в стратегію її поведінки на ринку. Візуальне втілення в пряме продовження маркетингових стратегій - це і є рекламна діяльність підприємства, яка звернена безпосередньо на споживача і є основою комплексу маркетингових комунікацій.

Сьогодні реклама становить одну з найбільш важливих маркетингових функцій, яка здійснюється абсолютною більшістю суб'єктів ринкової діяльності. Вона служить інструментом створення зовнішнього конкурентної переваги. Неможливо уявити роботу сучасного підприємства без рекламної діяльності. Кампанія повинна заявити про своє існування на ринку, про свій товар, привернути потенційного покупця і створити образ надійного партнера.

Специфіка роботи на зарубіжних ринках вносить особливості в розробку рекламної стратегії міжнародної компанії. У кожній країні існують національні особливості в області сприйняття реклами, а також відмінності в моделях споживчої поведінки. Можуть мати місце істотні відмінності в законодавчих методах регулювання рекламної практики, що існують заборони і обмеження.

Отже міжнародну рекламу можна визначити як вид маркетингової діяльності міжнародної компанії, метою якої є розповсюдження інформації про експортований товар, сформованої таким чином, щоб здійснювати посилений вплив на масову або індивідуальну свідомість, викликаючи задану реакцію цільової аудиторії зарубіжних покупців. Відмінною ознакою сучасної міжнародної реклами є управління попитом всередині цільової групи іноземних покупців. Для успішної організації міжнародної рекламної діяльності підприємству потрібно дослідити менталітет населення, національні особливості та адаптувати рекламу згідно цінностей та пріоритетів країн в яких вона буде застосована.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КРЕДИТНИХ РЕСУРСІВ БАНКІВ

Чиж Н.М.

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

Банківська система України забезпечує акумуляцію тимчасово вільних грошових коштів та їх трансформацію в кредити, таким чином здійснює величезний вплив на розвиток економіки в цілому. Тому важливим моментом є формування такої кредитної бази, яка б дозволила використовувати її ефективно для отримання позитивних результатів.

До кредитних ресурсів відносимо всі кошти що є в розпорядженні банків та використовуються ними для здійснення кредитних операцій. Варто відзначити, що основними джерелами формування кредитних ресурсів банків є власні кошти банків, залишки на поточних рахунках клієнтів, залучені кошти фізичних та юридичних осіб на депозити, міжбанківські кредити та кошти, одержані від випуску цінних паперів та ін. Одним з найбільш надійних джерел ресурсів для комерційного банку, підтримання його ліквідності є депозитні вклади.

Сукупний обсяг зобов'язань українських банків протягом 2017 року зріс на 3,6% до 1172,8 млрд. грн. Слід зауважити, що в 2017 році депозитний ринок почав демонструвати ознаки відновлення, обсяг залучених депозитів в цьому році вперше за останні декілька років показує зростання. З початку 2017 року встановилася тенденція до зростання обсягу вкладів на вимогу. Обсяг власного капіталу БСУ протягом 2017 року збільшився на 39,8 млрд. грн. та станом на 01.01.2018 р. складав 163,6 млрд. грн. Водночас ключовим чинником зміни структури статутного капіталу банківської системи залишається докапіталізація державних банків [1].

Структура і кількість джерел формування ресурсів протягом останніх років залишається без змін. В той же час слід звернути увагу на те, що під час формування ресурсів банки під впливом особливостей ситуації були вимушені збільшити свій статутний капітал, що покращило їх капіталізацію і здатність поглинати збитки від неліквідних активів [2].

Важливим чинником зміцнення бази кредитування є оптимізація джерел формування кредитних ресурсів. Банк повинен сформувати найефективнішу комбінацію джерел коштів для створення своєї ресурсної бази.

Отже, кредитні ресурси банків формуються для проведення кредитних операцій. найдешевшим джерелом їх залучення є залишки коштів на поточних рахунках клієнтів. Для вітчизняних банківських установ основним мотивом формування оптимальної структури кредитних ресурсів є можливість проведення кредитних операцій з метою отримання максимального прибутку.

Література:

1. Аналітичний огляд банківської системи України за 2017 рік [Електронний ресурс]. / Національне рейтингове агентство «Рюрік». — Режим доступу: http://rurik.com.ua/documents/research/bank_system_2017.pdf
2. Толстошеєва А.В. Проблеми формування кредитних ресурсів банків України // Вісник Вінницького політехнічного інституту, 2014. — № 2. — С. 25-31.

БІЗНЕС-ТРЕНІНГ – ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕТОД РОЗВИТКУ ЛІДЕРСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПЕРСОНАЛУ СУЧАСНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Чмельова О.С.

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

В роботі розглянуто питання актуальності пошуку ефективних методів розвитку персоналу сучасної організації, а саме його лідерського потенціалу.

Проведений аналіз вітчизняних і зарубіжних наукових джерел щодо питання розвитку потенціалу особистості, а саме - розширення структури інтелекту харизматичного лідера сучасної організації, дозволив зосередити увагу дослідження на виділенні бізнес-тренінгу як сучасного методу розвитку лідерського потенціалу.

Вирішення багатьох сучасних проблем бізнесу нерідко пов'язується з діяльністю наділених особливими рисами й здібностями лідерів як харизматичних особистостей, здатних чітко визначити шляхи подолання проблем розвитку організації. Отже, керівникам потрібно вміти розкривати лідерський потенціал своїх співробітників, в результаті - компанія буде розвиватися більш динамічно, завдяки новим творчим підходам до вирішення проблем.

Отже, зараз у світі все більше значення надається навчанню персоналу організації, а саме розвитку його лідерського потенціалу, як засобу підвищення ефективності функціонування організації. У компанії не повинно існувати кордонів, щоб вона змогла розкрити потенціал своїх людей. Можливість вчитися і виявити себе в рамках організації дає позитивний творчий заряд навіть безініціативній групі. Сьогодні кожен успішний бізнесмен та керівник організації усвідомлює, що найкоштовніший актив розвитку компанії - це працівники «нового типу» - їх інтелект, харизма, лідерський потенціал, креативність, унікальність, бажання розвиватися та розвивати проекти організації. З цією метою, бізнес та керівники продовжують шукати методи та програми розвитку лідерського потенціалу своїх робітників з метою максимального використання скритих можливостей та вивільнення креативного творчого потенціалу.

Одним з таких методів розвитку персоналу організації та як необхідний чинник розвитку особистісних і професійно значущих якостей, навичок працівників, як інвестиції в людський актив та розвиток організації, бізнесмени та керівники успішних організацій сьогодні обирають тематичні бізнес-тренінги. Бізнес-тренінги принципово відрізняється від навчання в рамках бізнес-освіти, яка спрямована на те, аби закласти загальні уявлення про основні області і способи ведення бізнесу. Основна практична цінність бізнес-тренінга - підготовка і розвиток навичок та лідерського потенціалу персоналу для ефективної роботи в даній організації.

Отже, бізнес-тренінг стає ефективним методом розвитку лідерського потенціалу персоналу сучасної організації.

ОБЛІК ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЗА МІЖНАРОДНИМИ ТА НАЦІОНАЛЬНИМИ СТАНДАРТАМИ

Шамхалова Л.С., Побережна Н.М.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

У нинішній час при активації інтеграційних процесів в економіці України важливою умовою радикальної роботи підприємства є пристосування системи бухгалтерського обліку до вимог міжнародної практики. Орієнтація бухгалтерського обліку на міжнародні стандарти сприятиме підвищенню достовірності та зрозумілості інформації про фінансовий стан та господарську діяльність підприємств для іноземних користувачів.

У Міжнародних стандартах бухгалтерського обліку і звітності питання обліку основних засобів розглядаються в МСБО 16 «Основні засоби», метою якого є визначення підходу до обліку основних засобів для забезпечення зрозумілості інформації про інвестиції суб'єкта господарювання в його основні засоби та зміни в цих інвестиціях [1]. Методологічні засади формування облікової інформації про основні засоби, а також розкриття інформації про них у фінансовій звітності встановлені П(С)БО 7 «Основні засоби» [2].

Загальні правила обліку основних засобів за міжнародними та національними стандартами дуже схожі, проте водночас між ними існують певні відмінності, які слід враховувати у процесі організації бухгалтерського обліку за МСБО. Основні відмінності спостерігаються у формуванні первісної вартості основних засобів та у методиці нарахування амортизації. Досить важливим напрямком обліку основних засобів є процес їх переоцінки, в якому міжнародні та національні стандарти не містять суттєвих відмінностей [3].

Для адаптації національної системи бухгалтерського обліку відповідно до вимог міжнародної практики, в П(С)БО 7 необхідно внести деякі зміни і доповнення, що дозволить подолати певні неузгодженості в обліку основних засобів і сприятиме підвищенню достовірності, прозорості та зрозумілості облікової інформації для іноземних користувачів.

Література.

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби»/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_014 (дата звернення - 12.03.19). – Назва з екрана.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 « Основні засоби» : затверджене Наказом Міністерства фінансів України № 92 від 27.04.2000 р. / [Електронний ресурс – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00> (дата звернення – 12.03.19). — Назва з екрана.
3. Руденко Л.М. Відмінності в обліку основних засобів за МСБО 16 і П(С)БО 7/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://biznesinalogi.com/vidminnosti-v-obliku-osnovnix-zasobiv-za-msbo-16-i-psbo-7> (дата звернення - 12.03.19). – Назва з екрана.
4. Побережна Н. М. Спільне та відмінне в обліку основних засобів за МСБО 16 та П(С)БО 7 / Н. М. Побережна, А. В. Яценко // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2014. – № 32 (1075). – С. 110-113.

ОРГАНІЗАЦІЯ ПРАЦІ ЯК ФАКТОР ВПЛИВУ НА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА

Шаповал Д.С., Побережна Н.М.

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

Важливим фактором розвитку та виживання підприємства в умовах сьогодення є зростання всіх факторів, які впливають на результативність виробництва [1-3]. Одним із найсуттєвіших факторів ефективності є науково обґрунтована організація праці, основними елементами якої є:

- поділ і кооперування праці, що передбачає науково-обґрунтований розподіл працівників за систематизованими трудовими функціями, машинами, механізмами, робочими місцями;
- нормування праці, що передбачає ретельний розрахунок норм витрат праці на виробництво продукції і послуг як основу для організації праці та визначення ефективності виробництва;
- організація і обслуговування робочих місць, що включає їх раціональне планування та оснащення згідно з антропометричними та фізіологічними даними, атестацію та раціоналізацію робочих місць;
- організація добору персоналу та його розвиток, що включає планування потреби робочій силі, профорієнтацію і профвідбір, наймання персоналу, розробку концепції розвитку персоналу на її реалізацію;
- покращення умов праці, що передбачає усунення шкідливості виробництва, надлишкових фізичних, психологічних і емоційних навантажень;
- ефективне використання робочого часу, оптимізації режиму праці і відпочинку;
- планування і облік праці;
- мотивація праці;
- зміцнення дисципліни праці [1, с. 336-337].

Всі ці питання законодавчо регулюють ряд нормативно-правових актів, серед яких особливо необхідно відзначити: Закон України «Про колективні договори і угоди», Закон України «Про оплату праці», Закон України «Про відпустки», Закон України «Про зайнятість населення», Закон України «Про колективні договори та угоди» та ін.

Література:

1. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудова відносина : підручник / О.А. Грішнова. – К. : Т-во «Знання», КООО, 2007. – 559 с.
2. Побережна Н. М. Напрямки удосконалення систем оплати праці персоналу підприємства / Н. М. Побережна, М. С. Пантелеев, А. Г. Чижик // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2015. – № 25 (1134). – С. 104-110.
3. Пантелеев М. С. Формування ефективної системи мотивації праці персоналу / М.С. Пантелеев, Р. О. Побережний, В. В. Кір'янчук // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум-2018" : тр. 14-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 5-7 грудня 2018 р. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – С. 116-118.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМИ ЗАПАСАМИ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ У КРИЗОВИЙ ПЕРІОД

Шапран Є.М., Соснов І.І., Лук'яниця І.Ю., Бутенко Є.В.

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

Кризові явища в економіці України суттєво вплинули на ефективність роботи роздрібних торгових підприємств, які забезпечують значну частину товаропотоків держави. Як відомо, ринкова модель функціонування економіки у значній мірі підвищує роль торгівлі, оскільки вона безпосередньо впливає на ефективність виробництва і всебічне задоволення потреб покупців, тобто сприяє розвитку економічної системи України. Але, наразі, роздрібна торгівля долає певні труднощі, які зумовлені її адаптацією до ринкових умов і кризовим станом економічної системи держави. Слід відзначити, що за останні три роки суттєво знизилась ефективність роботи майже всіх оптових торгових підприємств по забезпеченню товарами споживчого ринку. Однією з причин такого стану, поряд з загальноекономічними факторами, є недосконалість методів управління товарними запасами. Крім того значно зросла конкуренція з боку торгових мереж та Інтернет-магазинів, що ставить під загрозу саме існування роздрібних торгових підприємств в якості самостійних об'єктів господарювання.

Як і будь-який процес, управління товарними запасами обов'язково включає в себе етапи оцінки, планування та реалізації прийнятого управлінського рішення. Така послідовність завжди передує процесу прийняття управлінських рішень і зводиться до їх обґрунтування на базі наявної інформації. Управління товарними запасами підприємства роздрібної торгівлі, як правило, зводиться до підтримки оптимального їх розміру, стабільного фінансування їх придбання з метою забезпечення необхідної прибутковості торговельної діяльності. Враховуючи вищевикладене, ефективність управління товарними запасами може бути визначена за допомогою експрес-оцінки у такий спосіб: формується набір найбільш важливих показників, які відображають суттєві параметри наявності або відсутності у підприємства роздрібної торгівлі ефективного управління товарними запасами; забезпечується можливість здійснювати розрахунки показників за даними поточного обліку та звітності; проводиться зіставлення даних за однаковий звітний період.

Дані для експрес-оцінювання повинні бути об'єктивними, інформативними та порівнюваними. Для цього використовуються показники стандартної фінансової звітності підприємства. При цьому при перевищенні темпів зростання чистого прибутку над темпами росту товарних запасів управління вважається ефективним.

Отже, такий підхід є доступним і простим для використання на підприємствах роздрібної торгівлі та дозволяє провести експрес-оцінювання ефективності управління товарними запасами.

ОНОВЛЕНІ ПРАВИЛА ОБРОБКИ ПЕРСОНАЛЬНИХ ДАНИХ В ЄС ПРИ ЇХ ВИКОРИСТАННІ В ЦИФРОВОМУ ПРОСТОРИ

Шахбазян К. С., Хоменко І.І.

*Центр інтелектуальної власності та передачі технологій НАН України,
м. Київ*

У травні 2018 року в Європі набули чинності оновлені правила обробки персональних даних, встановлені Регламентом щодо захисту даних (Регламент ЄС 2016/679 від 27 квітня 2016 року або GDPR - General Data Protection Regulation). Даний регламент, який має пряму дію в усіх 28 країнах ЄС, замінить рамкову Директиву про захист персональних даних 95/46 / ЄС від 24 жовтня 1995 року. Важливою ознакою GDPR є екстериторіальний принцип дії нових європейських правил обробки персональних даних. Новий Регламент надає резидентам ЄС інструменти для повного контролю над своїми персональними даними. З травня 2018 року посилюється відповідальність за порушення правил обробки персональних даних: по GDPR штрафи сягають 20 мільйонів євро або 4% річного загального доходу компанії (якщо він більший, ніж зазначена сума). Мета нових правил - захист інтересів громадян від маніпуляцій і незаконного використання їх даних великими корпораціями.

GDPR має екстериторіальну дію і застосовується до всіх компаній, які обробляють персональні дані резидентів і громадян ЄС, незалежно від місцезнаходження такої компанії.

Регламент поширює юрисдикцію на веб-сайт, розташований в третій країні і у якого власник - не громадянин ЄС, якщо:

- Товари та послуги на сайті пропонуються європейцям.
- Власник сайту відстежує клієнтську поведінку громадян ЄС.

Обидві ці умови повинні бути присутніми одночасно. Ознаки, за якими визначають, що цільова аудиторія сайту - європейці:

- Сайт написаний на одній з європейських мов,
- Ціни товарів або послуг вказані в валюті країн ЄС,
- Громадяни ЄС будь-яким способом позначені на сайті, як цільова аудиторія.

GDPR поширюється на ситуації, коли компанія не просто отримує або обробляє персональні дані, а навмисно і послідовно збирає їх з метою створення профайлу користувача, приймає рішення щодо користувача, аналізує і прогнозує користувальницькі переваги на основі цих даних.

Таким чином, встановлено обов'язковий активний елемент для застосування нових правил до компаній поза ЄС; випадкової взаємодії з європейським користувачем для цього недостатньо, допоки немає конкретних критеріїв, які б допомогли визначити, займається сайт активним збором даних.

Нові права користувачів. Людина може звернутися в будь-яку компанію, якій повідомляла свої персональні дані, і зажадати повний перелік наявної інформації про себе в електронному або паперовому вигляді.

Також можна вимагати видалити всі відомості про себе.

ГРОШОВІ КОШТИ ЯК ОБ'ЄКТ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ І КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Швидченко О.В.

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

В роботі розглянуті питання удосконалення бухгалтерського обліку і контролю грошових коштів на підприємстві. Обґрунтовано, що станом на сьогоднішній день важливим є вирішення питання адаптації сучасної системи бухгалтерського обліку та внутрішнього контролю грошових коштів на підприємствах до вимог оптимізації оперативності та достовірності надання інформації для потреб менеджменту.

Інформація бухгалтерського обліку є основою для проведення аналізу та контролю за їх рухом з метою раціоналізації управління такими активами та підвищення ліквідності, платоспроможності і ефективності діяльності суб'єктів господарювання в цілому.

Значний внесок в розробку теоретичних основ і методичних підходів до обліку та контролю грошових коштів на підприємствах внесли провідні вчені-економісти: Бутинець Ф.Ф., Завгородній В.П., Кузьмінський А.М., Кінг А.М., Огійчук М.Ф., Палій В.Ф., Сопко В.В., Ткаченко Н.А., Єршова Н.Ю. та ін. [1-3]. Бутинець Ф.Ф. визначає грошові кошти, як «суму готівки в касі підприємства, вільні грошові кошти, що зберігаються на поточному, валютному та інших рахунках в банку та інші кошти підприємства» [1, с. 315]. Кінг А.М. вважає, що система тотального управління грошовими коштами є основою менеджменту підприємства [2].

Грошові кошти є найбільш ліквідними активами підприємства. Вони присутні на початковому та кінцевому етапах облікового циклу, який включає придбання товарів, виробництво продукції, виконання робіт, надання послуг, фінансову та інвестиційну сторони діяльності підприємства. Аналіз наукових праць дозволяє визначити, що здатність підприємства утворювати грошові кошти у результаті господарської діяльності є важливим показником його фінансової стійкості та ліквідності. На практиці облік та контроль руху грошових коштів є достатньо регламентованим законодавчими та нормативно-правовими актами України. Але розширення форм і видів здійснення розрахунків, властивостей та функцій грошових коштів викликають необхідність детального дослідження цих високоліквідних активів з метою коректного формування інформаційної бази для потреб управління.

Література:

1. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський фінансовий облік : Підручник для студ. спец. «Облік і аудит» ВНЗ / Ф.Ф. Бутинець – 5-е вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП «Рута», 2008. – 726 с.
2. Кинг А. М. Тотальное управление деньгами / Кинг А. М.; [пер. с англ. Н.А. Дорофеевой]. – С.Пб.: Полигон, 1999. – 448 с.
3. Єршова Н.Ю. Методичні аспекти та особливості аудита товарно-матеріальних цінностей підприємства // Труды XV Всеукр. наук.-практ. конф. „Фінансова політика соціально-економічного розвитку регіонів України” – Днепропетровськ : ДДФА. – 2012. – С.114.

ВРАХУВАННЯ ЗНАННЯ КОЛЬОРУ УПАКОВКИ ПРОДУКЦІЇ ПРИ ФОРМУВАННІ ПОПИТУ НА НЕЇ²

Шевлюга О.Г.

Сумський державний університет, м. Суми

Управління знаннями та маркетинг використовують різні інструменти для залучення уваги потенційного споживача і доведення його з етапу знайомства з продукцією або компанією до купівлі і, в подальшому до повторного звернення. Одним із таких інструментів є правильне використання поєднання кольорів та гама. За даними досліджень, при купівлі нового товару 93% покупців приймає рішення, ґрунтуючись на зовнішньому вигляді продукту. У той час як всього для 6% важливі тактильні відчуття, і лише 1% бажає спробувати товар на смак або послухати його. При цьому 85% споживачів при купівлі того чи іншого товару ставлять на перше місце колір.

Такий важливий показник, як впізнаваність бренду безпосередньо впливає на довіру покупців. Правильно підібраний колір підвищує цей показник на 80%. Він є основним з інструментів дизайнерів і він не може бути універсальним для всіх товарів і цілей компанії, адже кожен колір має різні особливості, та в поєднанні з іншими використовується в різних ситуаціях. В управлінні знаннями застосовуються різні підходи до вибору кольору. Отже, вплив кольорів на продажі і на поведінку покупців є таким:

Жовтий – оптимістичний і молодіжний. Зазвичай використовується для залучення уваги до вітрини.

Червоний – колір енергії; прискорює пульс. Нерідко використовується для тотальних розпродажів.

Синій – має вражаючий ефект, викликаючи почуття довіри і безпеки. Зазвичай використовується для банків і в бізнесі.

Зелений колір – у маркетингу застосовується для розслаблення. Крім того, він асоціюється зі спроможністю і є приємний для очей.

Помаранчевий – агресивний. Створює заклик до дії: реєструватися, купувати або продавати.

Рожевий – романтичний і жіночний. Використовується для просування товарів для жінок і молодих дівчат.

Чорний – потужний і глянсовий. Використовується для просування предметів розкоші.

Фіолетовий – використовується для заспокоєння і умиротворення. Зазвичай застосовується в індустрії краси та антивікових товарів.

Таким чином, колір має унікальну здатність залучати певний тип покупців, змінювати їх поведінку та викликати емоції. Вірне використання кольору спонукає покупців до купівлі товару. При цьому, неприваблива гама може також привертати увагу, проте не спонукати до купівлі і, не дивлячись на можливу високу якість товару, знижати відсоток його продажів.

² Робота виконувалася в рамках держбюджетної теми № ДР 0117U002255 «Механізм управління знаннями в системі інноваційного розвитку господарюючих суб'єктів»

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ: СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Шевченко М. М., Друз'яка Т.О

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

Інноваційна діяльність є основою розвитку та конкурентоспроможного функціонування на ринку підприємства. Кожне підприємство намагається налаштувати інноваційні процеси задля продуктивного використання ресурсів та помноження наукового здобутку підприємства. Саме інноваційний потенціал визначає готовність підприємства до інноваційної діяльності.

Аналізуючи поняття, які вже було запропоновано, інноваційний потенціал визначають як сукупність ресурсів необхідних для інноваційної діяльності, або як міру готовності підприємства до неї. Компонентами інноваційного потенціалу визначають: кадрову, інформаційно-методологічну, матеріально-технічну, організаційно-управлінську, фінансову та науково-технологічну складові. Як можна зазначити, інноваційний потенціал – це комплексний показник ресурсозабезпеченості підприємства для виконання завдань пов'язаних з інноваційною діяльністю.

Існує багато підходів до оцінки цих компонентів. Цілий ряд показників за допомогою яких можна оцінити міру готовності та забезпечення ресурсами підприємства для інноваційної діяльності у числовому вимірі. Наприклад, показник винахідницької активності, який характеризує здатність до генерації нових знань (технічних і технологічних рішень), які можуть стати основою інновацій, показник освітнього рівня, показник оновлення знань та обсягу інформації. Після оцінки показників рекомендують порівняти їх зі значенням конкурентів, які працюють на даному ринку та в динаміці.

Важливим є те, що підприємства мають приділяти увагу як матеріальним ресурсам та розвитку технологічної бази, так і розвитку нематеріальних ресурсів, таких як людський капітал, інформаційне забезпечення та власні наукові здобутки. Результати інноваційної діяльності в наступному стають нашими ресурсами.

Кожен компонент інноваційного потенціалу так чи інакше є знанням. Тобто генерування знань на базі існуючих знань та подальша їх передача. Розвиваючи власні знання та передаючи їх на ринок, підприємство стимулює до розвитку інші підприємства та розвиток галузі загалом. Так і з іншого боку, коли конкуренти випускають нові технології, це стимулює до технологічного розвитку підприємство задля підтримання конкурентоспроможності. Відповідно до виду знань підприємство може налаштувати ефективне використання їх та розуміння щодо їх особливостей.

Саме ресурсозабезпеченість підприємства надає споживачам впевненість в стабільності та розвитку виробника. Тобто підприємствам необхідно передавати знання до кінцевих споживачів задля отримання прибутку та формувати зв'язок таким чином, щоб споживач отримував знання як в матеріальному так і нематеріальному видах в повному обсязі задля комерціалізації винаходів підприємства.

ХАРАКТЕР ВПЛИВУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА МІЖНАРОДНУ КОНКУЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Шевченко М.М., Ларіна К.С.

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

Глобалізація є однією з головних тенденцій у розвитку сучасного світу, істотно впливає на економічне життя, практично всіх країн світу і, звичайно, на Україну, яка цілком усвідомлено, активно і цілеспрямовано рухається в напрямку інтеграції в міжнародну економіку.

Економічна глобалізація здійснюється в декількох напрямках: глобалізація виробництва, глобалізація торгівлі, фінансова глобалізація, трансформація механізмів міждержавного регулювання світової економіки.

Зважаючи на такі трансформації, виникає одна з найважливіших завдань - підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. На жаль, по рейтингах міжнародних економічних організацій, Україна за рівнем конкурентоспроможності займає далеко не перші місця. Так, Україна посіла 83 місце в рейтингу глобальної конкурентоспроможності економіки, піднявшись на шість пунктів в порівнянні з 2017 роком. Всього до рейтингу увійшли 140 країн.

На даному етапі структура національної економіки, незважаючи на позитивні зміни, які проявляються в зростанні частки сфери послуг у структурі ВВП, в останні роки характеризується значним переважанням сировинних і низько технологічних галузей. Крім того підприємства повільними темпами модернізують основні фонди і оптимізують технологічні процеси. Тому основним фактором конкурентоспроможності вітчизняної продукції на світовому ринку є ціновий фактор.

Глобалізація веде до зростання конкуренції в світовому масштабі, викликає поглиблення спеціалізації та поділу праці із властивими їм наслідками - зростанням продуктивності праці та скороченням витрат. В даний час Україна не використовує всі свої конкурентні переваги (дешева робоча сила, достатня ресурсобезпеченість деякими видами сировини, використання вигідного гео економічного розташування і т.п.), оскільки офіційний сектор економіки неефективний. Зате конкуренти України широко застосовують високі і запатентовані технології, стимулюють виробництво унікальних товарів, всебічно залучають наукову еліту, кредитують інновації.

Залучення України в глобалізаційний процес - це суттєвий привід для прискорення системних реформ в країні, зокрема структурної перебудови економіки, що дозволить певною мірою протистояти негативним наслідкам глобалізації. Створення умов для збереження і відтворення висококваліфікованої робочої сили, здатної ефективно функціонувати в умовах глобалізаційних процесів, інноваційного виробництва, дозволить сформуванню стабільний і конкурентоспроможний ринок праці та економіку України.

ОБОРОТНІ АКТИВИ ЯК ОБ'ЄКТ АНАЛІЗУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Шепель Ю.В.

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

В роботі розглянуті оборотні активи підприємств, які визначаються основним ресурсом забезпечення його діяльності. На сьогодні розроблено різні напрями проведення аналізу даного об'єкту. Так, проаналізовано, що в наукових працях В.О. Мец, Є.В. Мних, Н.Ю. Єршової, Ю.С. Цал-Цалко зазначається, що аналіз оборотних активів має забезпечити дослідження змін за групою однорідних оборотних активів підприємства для вивчення потенційних можливостей підприємства щодо забезпечення самофінансування [1-3]. Вчені пропонують проводити аналіз оборотних активів за показниками ділової активності. При цьому, основними завданнями аналізу оборотних активів визначаються такі:

- оцінка рівня та загальної динаміки ділової активності підприємства;
- виявлення змін в складі та структурі оборотних активів;
- аналіз та оцінка достатності джерел фінансування оборотних активів в сучасних умовах;
- визначення потреби в додаткових коштах для фінансування оборотних активів;
- аналіз ліквідності та оцінка факторів, які впливають на її рівень;
- виявлення резервів підвищення ефективності використання оборотних активів.

На основі проведеного дослідження пропонуємо проводити аналіз оборотних активів в розрізі двох його компонентів – оборотних активів та оборотних коштів, вкладених у ці активи. Крім того, кожний з компонентів доцільно аналізувати у три етапи – стан, ефективність та ризиковість. На прикладі компанії «АСТ» обґрунтовано, що для прийняття управлінських рішень найбільш достовірним є проведення аналізу як мінімум за 3-5 попередніх років. В процесі аналізу оборотних активів Н.Ю. Єршова, В.О. Мец пропонують застосовувати формалізовані і неформалізовані методи [2, 3]. До формалізованих методів належать: факторний, математичний, статистичний, фінансово-економічний, економіко-математичне моделювання. Неформалізовані методи носять суб'єктивний характер і побудовані на логічному мисленні та творчому підході особи, що здійснює діагностику експертний, морфологічний, рейтинговий, моніторинг, логічне моделювання.

Література:

1. Економічний аналіз: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів спеціальності 7.050106 “Облік і аудит”. // За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. Житомир: ПП “Рута”, 2003. 680 с.
2. Єршова Н.Ю. Удосконалення методичного підходу до аналізу оборотних коштів як фактору ефективності діяльності промислового підприємства. URL: <http://archive.kpi.kharkov.ua/files/29348/>.
3. Мец В.О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства: Навч. посіб. Київ: Вища школа, 2003. 278 с.

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ТАРГЕТОВАНОЇ ТА КОНТЕКСТНОЇ РЕКЛАМИ ПРИ ПРОСУВАННІ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

Шептуха О.М.

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

Просування товарів та послуг зараз не уявляється без реклами, пов'язаної з високими витратами і вкладеннями: вуличної, телевізійної, радіо. Велика частина населення сьогодні відноситься до інтернет-аудиторії, тому стали затребуваними таргетована та контекстна реклама, націлені на певний сегмент людей.

Таргетована реклама - це реклама, спрямована на цільову аудиторію, яка відповідає певному набору вимог, заданому рекламодавцем. Вона демонструється цільовій аудиторії незалежно від того, шукають люди зараз цей товар чи ні. Майбутні клієнти можуть взагалі не знати про товар, але цій групі людей він потенційно цікавий [1].

Контекстна реклама - це реклама, орієнтована на людину, яка саме зараз шукає даний товар або послугу. В контекстній рекламі всі оголошення налаштовуються на певні ключові запити, які вводить сам користувач. Тобто робота ведеться безпосередньо з цільовою аудиторією, яка шукає інформацію про товар / послугу в інтернеті.

Виходить, що контекстна реклама шукає відповіді на певні запити користувачів, а таргетована реклама шукає самих користувачів, тому що знає, кого шукати. Інтереси, вік, стать, місце розташування та інше – це показники, за якими орієнтуються фахівці з реклами. Знаючи потрібні характеристики аудиторії, вони налаштовують рекламу, яка потрапляє точно в ціль.

До переваг таргетованої реклами можна віднести: персоналізованість, адаптацію під інтереси, гнучкий бюджет, високу швидкість [2].

Але разом з тим даний вид реклами має свої недоліки: недостовірність особистих даних, негативний ефект «стеження», вигорання аудиторії, висока ціна при наявності конкуренції, можливість блокування, недовготривалий результат, очевидність реклами.

Таргетована реклама працює добре тільки в сукупності з іншими методами реклами і лише при наявності ефективного сайту, оптимізованого під пошукові системи.

Література:

1. Грищенко О.Ф., Нешева А.Д. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. №4. С. 86 – 95.
2. Романишин С.Б., Греськів І.Р. Особливості маркетингової діяльності в соціальних мережах. Вісн. Нац. ун-ту «Львів. Політехніка». 2015. №819. С. 183–188.

ВЗАЄМОДІЯ УЧАСНИКІВ ЕЛЕКТРОННИХ ТОРГІВ ПРИ РОБОТІ З «ЕЛЕКТРОННОЮ ТОРГОВОЮ СИСТЕМОЮ»

Шипуліна Ю.С., Смоляр Ю.Ю.

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

Сумський державний університет, м. Суми

Проблема реалізації необробленої деревини в Україні є дуже актуальною. Це пов'язано з відсутністю законодавчих та нормативних документів, які регулюють ці питання. Даний факт, а також суспільний резонанс, масштабні розкрадання сировини тощо, потребують зміни загальних принципів торгівлі деревиною. З метою уникнення елементів суб'єктивізму при біржових торгах, а також для підвищення їх ефективності ТОВ «Українські торгові електронні системи» було розроблено електронний майданчик – «Електронну торгову систему» (ЕТС) [1], який дозволить забезпечити прозоре проведення аукціонів у електронній формі з продажу необробленої деревини лісгосподарськими підприємствами, управліннями лісового та мисливського господарства, комунальними агролісгосподарськими підприємствами тощо.

Укрупнена схема взаємодії продавців та покупців, що приймають участь у біржових торгах, організаторів торгів з ЕТС, наведена на рис. 1 [2].

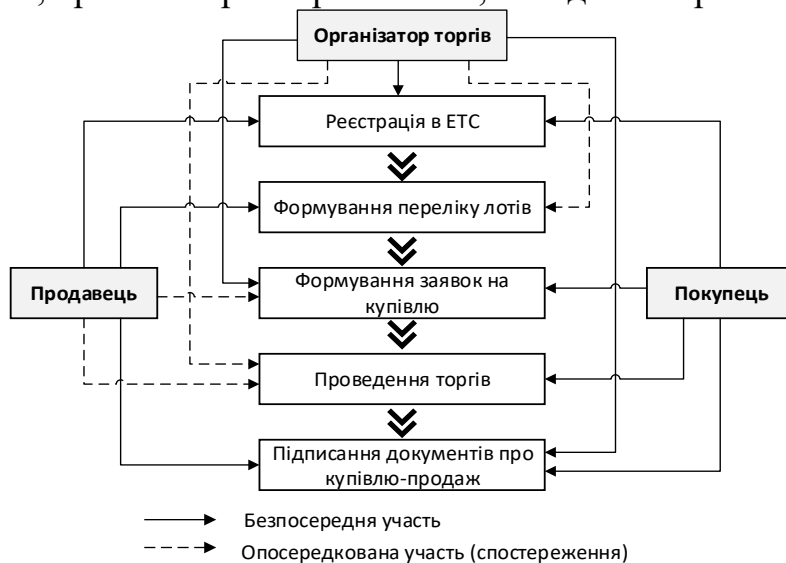


Рисунок 1– Взаємодія учасників електронних торгів з ЕТС [2]

Запропонована система значно розширює можливості проведення торгів та дозволяє залучати до даного процесу необмежене коло учасників, що в кінцевому результаті сприяє підвищенню ступеня довіри до результатів проведеного аукціону.

Література:

1. Патент України на корисну модель UA 126015 U, G06Q 30/00. Спосіб автоматизованого здійснення закупівлі і продажу товарів та послуг / Д.М. Маландій, Ю.Ю. Смоляр, О.О. Головка. – № u2018 02418; заявл. 12.03.2018; опубл. 25.05.2018. – Бюл. № 10/2018.

2. Шипуліна Ю.С. Особливості проведення біржових торгів за допомогою «Електронної торгової системи». / Ю.С. Шипуліна, Ю.Ю. Смоляр // Інструменти та методи комерціалізації інноваційної продукції: монографія / за ред. д.е.н., проф. Ілляшенка С.М., к.е.н., доц. Біловодської О.А. Суми : Триторія, 2018. С. 280-285.

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ ТА ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ

Шкарупа Є.О., Проскурня О.М.

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

В роботі розглянуто тенденції інноваційної система держави, яка переживає не найкращі часи свого розвитку та перебудови. Це пов'язано насамперед з політичним станом, який закріпився останнім часом. Виходячи з цих обставин досить проблематично створювати та розвивати інноваційний потенціал у країні. Аналізуючи стан економіки можемо побачити, що Україна активніше впроваджує та використовує інновації. В даний час українська система державного управління становить собою в достатній мірі самостійну, відмежовану від суспільства систему, яка працює відповідно власних цілей, що майже повністю відрізняються від національних. Але попри це спостерігається низький рівень інвестування в інноваційні процеси, тому необхідним є стимулювання її розвитку законодавчими та іншими методами [1]. До таких напрямів можна віднести два основні підходи вирішення цієї проблеми:

Перший варіант передбачає розвиток національної інноваційної системи шляхом надання першочергової підтримки підсистемі генерації знань з метою збільшення кількості проведених наукових досліджень і розробок.

Другий, оптимальний варіант передбачає розвиток національної інноваційної системи шляхом здійснення комплексу заходів щодо збалансованого розвитку усіх підсистем національної інноваційної системи. В результаті реалізації потрібно: створити умови для провадження ефективної діяльності суб'єктами, які створюють та поширюють нові знання та технології; збільшити частку інноваційної продукції в прирості валового внутрішнього продукту не менш як до 30 відсотків загального обсягу приросту валового внутрішнього продукту; забезпечити інтеграцію вітчизняного сектору наукових досліджень і розробок до світового науково-технологічного простору;; збільшити до 50 відсотків частку інноваційної продукції в обсязі виробництва промислової продукції; підвищити до 60 відсотків частку інноваційно активних підприємств у промисловості та до 30 відсотків частку сектора високотехнологічних виробництв у структурі обробної промисловості; збільшити у 5-7 разів обсяг експорту високотехнологічної продукції та технологій. Побудова інноваційної моделі розвитку потребує розвивати нові для нашої країни організаційні форми інноваційного підприємництва, такі як технопарки, «бізнес-інкубатори» та технополіси. Існує необхідність підтримки Державним сектором нововведень, оскільки сучасна Україна майже втратила позиції технологічного лідера [2]. Подолання інноваційної відсталості може підвищити конкурентоспроможність українського виробництва.

Література:

1. Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації / О.С. Шнипко. - К.: Наук.думка, 2003. – 334 с.
2. Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://search.ligazakon.ua>

ТРАНСФОРМАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0

Шкодїна І.В.

Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна, м. Харків

Міжнародний бізнес активно почав впроваджувала різні інноваційні стратегії на основі цифрових технологій після фінансової кризи 2008 р. Четверта промислова революція, що спирається на третю, цифрову революцію, кардинально змінює світ, в якому ми живемо та розмиває межі між фізичною, цифровою та біологічною сферами. Інтернет речей, розумні фабрики, аналітика великих даних, цифрова розробка та симуляції, доповнена реальність, штучний інтелект приводить до кращої синергії, зміни бізнес-моделей та значного прискорення інноваційного розвитку. За своїми масштабами та складністю трансформації, інституційні перетворення не мають історичних прецедентів, оскільки у порівнянні з попередніми промисловими революціями, розвивається за експоненціальним, а не лінійним темпом та зачіпає всі сфери людського життя [1].

Нові технології активно використовуються в фінансовій сфері, державному управлінні, сільському господарстві, енергетиці, освіті, охороні здоров'я та інших сферах [2]. Для українського деградуючого бізнесу, низької ефективності державних регуляторів, слабким внутрішній попитом на інновації в 4.0 при успішній ІТ-галузі, вкрай важливою є активізація переходу з індустрії 3.0 на новий рівень. Основною перешкодою є готовність власників та персоналу до трансформації бізнесу, а не відсутність технологій, чи фінансів.

Успішна програма цифрової трансформації бізнесу вимагає системного підходу. Тільки визначення нової «цифрової» бізнес-моделі, без її ефективної реалізації через нові підходи до бізнесу, є чистим теоретичним завданням, яке не змінить бізнес-модель. З іншого боку, впровадження нової системи ІТ (ERP або CRM), створення електронної комерції не є елементом цифрової трансформації, якщо це не є частиною загальної трансформації операційної моделі або нового підходу до бізнесу. Отже, компаніям слід розробити програму переходу до цифрової трансформації, яка складається з трьох рівнів: стратегія, виконання та технологія.

Література:

1. The influence of financial technologies on the global financial system stability / G. Azarenkova, I. Shkodina, B. Samorodov, M. Babenko, I. Onishchenko // Investment Management and Financial Innovations. – 2018. -Volume 15, Issue 4.- P. 229-238.
2. Shkodina I., Timoshenkov I., Nashchekina O. The impact of financial technology on the transformation of the financial system // Financial and credit activity: problems of theory and practice. – 2018. - Vol 1, No 24. - P 417-424.

БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ ТА БІЗНЕС-КУЛЬТУРА В ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Шматько Н. М.

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

Спілкування – найважливіша форма взаємодії людей, це постійний процес, завдяки якому люди передають один одному свої ідеї, думки, почуття, організаційні цілі, встановлюють зворотний зв'язок і вносять певні корективи у поведінку один одного.

На роботі, в побуті людина постійно стикається з повторюваними стандартними ситуаціями (привітання, представлення, телефонні дзвінки, прощання тощо). Для них є напрацьовані форми і правила поведінки — етикет. Від того, наскільки правильно побудоване спілкування, залежить результативність переговорів, ступінь взаєморозуміння з партнерами, клієнтами і співробітниками, задоволення працівників своєю працею, морально-психологічний клімат у трудовому колективі.

Діловий етикет, бізнес-комунікація та етика поведінки у підприємницької діяльності – це встановлений порядок поведінки співробітників сучасного підприємства з клієнтами й основи стосунків персоналу між собою: керівників і підлеглих, а також рівних за посадами працівників.

Співробітник деяких суб'єктів господарювання повинен чітко виконувати вимоги ділового етикету. Йому просто необхідно спробувати зрозуміти їхній внутрішній зміст і сутність, які зумовили їх необхідність у діловому спілкуванні. Норми ділового етикету – це не найвища істина, вони не мають абсолютного характеру і можуть змінюватися з часом. Однак їх розумне дотримання суттєво підвищить ефективність діяльності сучасного підприємства. Це ще раз доводить особливе значення бізнес-культури в підприємницькій діяльності.

Існують дві різних точки зору, як треба вести організаціям у їх стосунках з оточуючим їх середовищем, для того, щоб вважатися соціально відповідальними. Згідно з першою, організація соціально відповідальна у той час, коли максимально збільшується прибуток, не порушуються закони і норми державного регулювання. З цієї позиції організація повинна переслідувати лише економічні цілі. Згідно інших точки зору, організація у додаток до відповідальності економічного характеру зобов'язана враховувати людські та соціальні аспекти дії власної ділової активності на робітників, споживачів, а також вносить визначені позитивні внески у вирішення соціальних проблем взагалі. Етичні нормативи розглядають систему загальних цінностей і правила етики, які, на думку організацій, повинні дотримуватися робітники. Етичні нормативи розробляються з метою розгляду цілій організації, створення нормальної етичної атмосфери та визначення етичних рекомендацій у процесах прийняття рішень [1].

Література:

1. Лепейко Т.І. Операційний менеджмент : навч. посібник / Т.І. Лепейко, Н.М. Шматько ; Українська інж.-пед. акад. – Харків : УПА, 2011. – 247 с.

БІЗНЕС-КУЛЬТУРА: ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ

Шматько Н.М.

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

Підприємницька діяльність передбачає взаємодію з різними господарюючими суб'єктами. З огляду на це, постає необхідність встановлення норм та цінностей, якими мають керуватися суб'єкти господарювання, здійснюючи ці відносини. Такі цінності та норми встановлюються через формування бізнес-культури [1, с. 126].

Пропонуємо, при дослідженні питань щодо управління та формування бізнес-культури на сучасному підприємстві, враховувати запропоновані А.А. Погорадзе основні елементи культури виробництва:

- культура умов праці – це сукупність об'єктивних умов і суб'єктивних факторів, що визначають поведінку людини в процесі виробничої діяльності (розглядаються характеристики і показники санітарно-гігієнічних, психофізіологічних, соціально-психологічних та естетичних умов праці;

- культуру засобів праці і трудового процесу (розглядаються темпи впровадження новітніх досягнень науки і техніки у виробництво, рівень механізації і автоматизації, якість обладнання та інструментів, ритмічність і планомірність роботи підприємства, рівень матеріально-технічного забезпечення, якість продукції, та ін.);

- культуру міжособистісних відносин (комунікацій) в трудовому колективі (характеризують соціально-психологічний клімат, наявність почуття колективізму, взаємодопомоги, наявність і поділ усіма працівниками цінностей і переконань компанії);

- культуру управління (розглядають методи управління, стиль керівництва, гуманізм, індивідуальний підхід, сприйняття персоналу як надбання фірми, професіоналізм управлінців, застосовувані методи стимулювання, підвищення рівня задоволеності працею і т. д);

- культуру працівника (з розподілом її на моральну культуру і культуру праці. При цьому, моральна культура має зовнішню складову, яка проявляється в поведінці людини, знанні їм етикету, правил поведінки, хороших манер, а внутрішня культура становить моральність його мислення, ціннісні орієнтації, переконання і культура почуттів, наявність емпатії та співпереживання. Культуру праці визначають виходячи з рівня освіти і кваліфікації працівника, його ставлення до праці, дисциплінованості (включаючи технологічну і трудову дисципліну), старанності, творчості на робочому місці [2].

Література:

1. Радамовська І.В. Особливості формування бізнес-культури будівельних підприємств / І.В. Радамовська // Науковий вісник УНУ. – Ужгород : ЕНУ, 2015. – №4. – С. 125-128. – Режим доступу: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream>

2. Погорадзе А.А. Культура производства: сущность и факторы развития / А.А. Погорадзе. – Новосибирск : Наука, Сиб. Отд-ние, 1990. – 246 с.

ЗДІЙСНЕННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В РОЗРІЗІ ТЕОРІЇ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ

Шматько Н.М.

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

Наявність різних варіантів формалізації взаємозв'язків між суб'єктами господарювання (навіть в рамках окремого підприємства корпоративного типу) актуалізують питання підвищення стабільності базованих на цих зв'язках трансакцій та стійкості життєдіяльності безпосередньо суб'єктів господарювання, які вступають у зазначені форми взаємодії.

Вирішення подібних питань передбачає врахування здобутків учених-економістів з доволі різних сфер досліджень. Відповідно доречним бачиться формування комплексного підходу щодо підвищення ефективності та стабільності діяльності об'єднань промислових підприємств різного типу за рахунок інтеграції та забезпечення взаємопроникнення результатів наявних розробок [1].

З оглядом на постійні зміни середовища господарювання суб'єктів світової та національної економічних систем, розгляд особливостей функціонування та розвитку інтегрованих структур бізнесу слід здійснювати не лише в статичному, а й у динамічному аспектах. Відповідно й розуміння ІСБ слід провести й в межах ще однієї концепції – концепції життєвого циклу. Дана концепція розглядає інтеграцію у зв'язку з адаптацією до життєвих циклів продуктів й технологій. Наприклад, у міру збільшення технологічних знань споживачів й незалежних посередників та в міру підвищення надійності товарів й потреби в після продажному обслуговуванні відбувається зниження пов'язаних із трансакційними витратами стимулів для виробника в збереженні власної збутової мережі. Тому при досягненні етапу зрілості можлива відмова від власних систем збуту й сервісного обслуговування на користь незалежних посередників (у разі відсутності у цій сфері обмежень для ведення конкурентної боротьби). Отже, інтеграція зі збутовими організаціями доцільна до досягнення стадії зрілості товару. Для подальших стадій можна констатувати з одного боку прояв дезінтеграції, а з іншого – потребу формування інтерналізаційних норм поведінки.

Забезпечити перехід між стадіями ЖЦ (перехід до стану $CЖ_{ICB}(t+1)$), як до наступної стадії ЖЦ по відношенню до моменту часу t) можливо лише на підставі аналізу параметрів поточної й майбутньої конфігурації зв'язків інтегрованого об'єднання підприємств. Зрозуміло, що при значній кількості учасників інтеграційної діяльності неможна орієнтуватися лише на централізований підхід до реалізації додержання розробленого нормативного ряду.

Література:

1. Шматько Н.М. Забезпечення структурно-комунікаційної стійкості великомасштабної економіко-виробничої системи як передумова підвищення ефективності її життєдіяльності / Н.М. Шматько // Науковий журнал «Проблеми економіки». - №3(37).- 2018 р. – С. 157-164.

ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ ПОСЛУГ

Шматько Н.М., Пантелєєв М.С.

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

Доречно відмітити, що сучасні підприємства працюють не тільки у нестабільному зовнішньому середовищі, а і в умовах обмежених фінансових ресурсах, тому основна увага приділяється не на придбання власних основних засобів, а на їх орендування. Тобто складова умовно-постійних витрат набагато менше, ніж умовно-перемінні витрати в загальному обсязі витрат підприємства у сфері послуг. Сьогодні більшість підприємств у сфері послуг не має офіційно прийнятих планів, немає і необхідного механізму планування: різного роду норм і нормативів. Планування підміняється різного роду рішеннями власника про тих чи інших напрямках господарської діяльності, які розраховані на найближчий період часу і не передбачають орієнтацію на перспективу. Це пояснюється швидкою зміною ринкової ситуації в країні і умов господарювання, нечисленністю управлінського апарату на невеликих підприємствах, авторитетом керуючих великими підприємствами, які мають солідний досвід господарського керівництва. Хоча практика часто ставить і таких керівників в глухий кут. Бізнес-план – це техніко-економічне обґрунтування діяльності підприємств у ринкових умовах, програма його діяльності; він характеризує модель підприємства в майбутньому [1]. Він складається для діючого підприємства, нового виду діяльності або продукції, для нового підприємства. Він потрібен керівникові фірми, акціонерам, інвесторам. Бізнес-план частіше складається на рік, два роки, зрідка на більший період. Це є передумовою розробки складання всіх розділів бізнес-плану сучасного підприємства. Планування у сфері послуг, безумовно, вимагає зусиль, але воно забезпечує і чималі вигоди:

- 1) змушує керівників мислити перспективно;
- 2) забезпечує основу для прийняття ефективних управлінських рішень;
- 3) збільшує можливості у забезпеченні фірми необхідною інформацією;
- 4) сприяє зниженню ризиків підприємницької діяльності;
- 5) веде до чіткої координації дій всіх учасників бізнесу;
- 6) дозволяє передбачити очікувані зміни, підготуватися до раптової зміни ринкової обстановки.

Бізнес-план є документом, що дозволяє управляти бізнесом, тому його можна представити як невід'ємний елемент стратегічного планування і як керівництво для виконання і контролю. Важливо розглядати бізнес-план як сам процес планування та інструмент внутрішньофірмового управління. Бізнес-план є свого роду документом, що страхує успіх передбачуваного бізнесу, в той же час бізнес-план - інструмент самонавчання.

Література:

1. Бізнес-план. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81-%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D0%BD>

ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПІДХОДУ ДО ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ОСВІТИ ПІД ЧАС ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З ПІДПРИЄМНИЦТВА

Юдічева О. П., Романенко О. В.

Київський національний університет будівництва і архітектури, м. Київ

Відповідно до Національної доктрини розвитку України [1] одним із пріоритетних напрямків державної політики щодо розвитку освіти є інтеграція вітчизняної освіти до європейського та світового освітніх просторів.

На нашу думку, заслуговує на увагу інтегральний підхід до інтернаціоналізації освіти А. В. Вербицької, який можна з успіхом використовувати у вишах, що готують спеціалістів з підприємництва.

Автор пропонує інтегровану модель інтернаціоналізації, що включає п'ять взаємопов'язаних компонентів і інтегрує програми, заходи та ініціативи, задля зміцнення позицій закладу вищої освіти в міжнародному просторі: інтернаціоналізацію навчання (загальні освітні вимоги, інтернаціоналізовані курси, спільні навчальні програми, академічну мобільність, віртуальну інтернаціоналізацію, навчання іноземних студентів тощо); інтернаціоналізацію викладання та наукової діяльності (мобільність вишів, професійний розвиток викладачів); міжнародну співпрацю і партнерство; взаємодію стейкхолдерів; участь керівництва вишів в управлінні інтернаціоналізацією. Дуже важливо, що міжнародна співпраця і партнерство у зазначеному контексті поділяється на логічно зв'язані етапи: I етап – стратегічне планування; II етап – визначення потенційних партнерів; III етап – визначення механізмів для розвитку партнерства; IV етап – менеджмент діяльності у рамках партнерства; V етап – оцінка результатів партнерства) [2]. Завдяки такому поділу, що стосується підготовки майбутніх фахівців з підприємництва, можна відслідковувати ефективність цього компоненту на кожному етапі, аналізувати перспективність на майбутнє й усувати власні помилки.

Для максимального використання переваг інтернаціоналізації освіти має бути національна концепція із зазначенням напрямків розвитку. Розвивати її будуть конкретні заклади вищої освіти з урахуванням власної специфіки, здобутків, набутого досвіду і можливостей. А в основі має бути досягнення найголовнішої мети – формування у випускників професійних компетентностей, які зроблять їх конкурентоспроможними на ринку праці, створення позитивного іміджу закладу освіти.

Література:

1. Про Національну доктрину розвитку освіти // База даних «Законодавство України» / ВР України. – Режим доступу: <https://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/347/2002>.
2. Вербицька А. В. Проект національної стратегії інтернаціоналізації вищої освіти України: інтегрована модель [Електронний ресурс] / А. В. Вербицька // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2018. – №10. – Режим доступу: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1328>.

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Юр М.В.

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

Світова економічна ситуація на сучасному етапі характеризується процесами глобалізації, ростом конкуренції, нестабільністю зовнішнього середовища, підвищенням вартості ресурсів та іншими процесами, що ставлять жорсткі умови перед підприємствами в питаннях забезпечення їх конкурентоспроможної діяльності на ринку. У цих умовах важливою умовою успішної діяльності підприємства є ефективне управління його потенціалом і персоналом зокрема [1].

Впровадження інноваційних технологій в менеджменті персоналу сприятиме формуванню конкурентоспроможного персоналу та підвищенню продуктивності праці на підприємствах України [2,3].

Конкурентоспроможність персоналу забезпечується за рахунок високого рівня професіоналізму і компетентності, особистих якостей, інноваційного і мотиваційного потенціалу працівників [4].

Основу концепції управління персоналом підприємства в сучасних умовах повинна скласти зростаюча роль особистості працівника, знання його мотиваційних настанов, вміння їх формувати і направляти у відповідності із задачами, які стоять перед підприємством [5-6].

Література:

1. Кучинський В. А. Складові ефективного управління підприємством і його персоналом в умовах інноваційного розвитку / В. А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 20 (1296). – С. 121-124.
2. Кучинський В. А. Інноваційні технології в менеджменті персоналу і управлінні виробничими системами / В. А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 19 (1295). – С. 127-130.
3. Кучинський В. А. Підвищення ефективності процесу управління продуктивністю праці на підприємстві / В. А. Кучинський // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2012. – № 15. – С. 162-168.
4. Кучинський В. А. Визначення напрямків розвитку кадрового потенціалу підприємства / В. А. Кучинський, О. В. Мазенков, І. С. Локтіонова // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2014. – №33 (1076). – С. 148-154.
5. Кучинський В. А. Сучасні підходи до ефективного управління поведінкою персоналу для підвищення продуктивності праці / В. А. Кучинський // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 46 (1267). – С. 166-169.
6. Pererva Petro Evaluating elasticity of costs for employee motivation at the industrial enterprises / Petro Pererva, Oleksandr Hutsan, Valerii Kobieliiev, Andrii Kosenko, Volodymyr Kuchynskyi // Problems and Perspectives in Management. – Volume 16. – Issue №1. – 2018. – pp. 124-132. Doi: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16\(1\).2018.12](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.16(1).2018.12)

СИСТЕМА СОЦІАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА НА ПІДПРИЄМСТВІ

Юр'єва І.А., Бровкова А.С.,
*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

В роботі розглянуто систему соціального партнерства, як базового принципу соціально-трудова відношень в організації.

Нинішній стан відносин соціальних партнерів у сфері праці в Україні слід охарактеризувати як переважання формальних процедур соціального партнерства, які не мають вагомих реальних економічних наслідків. Зазначені чинники розвитку соціального партнерства потрібно перетворити на конкретну програму дій соціальних партнерів. Необхідно розробити концепцію соціального партнерства для періоду стабілізації і економічного зростання, які розпочалися останніми роками.

Соціальне партнерство — це система взаємозв'язків між найманими працівниками, трудовими колективами, професійними спілками з одного боку, роботодавцями та їх об'єднаннями — з другого, і державою та органами місцевого самоврядування — з третього, їхніми представниками та спільно створеними органами з регулювання соціально-трудова відносин, які (взаємозв'язки) полягають у взаємних консультаціях, переговорах і процедурах на взаємоузгоджених принципах з метою дотримання прав і інтересів працівників, роботодавців і держави.

Суть соціального партнерства полягає в тому, що це специфічний вид громадських відносин між різними соціальними групами, прошарками й класами, які мають суттєво відмінні соціально-економічні і політичні інтереси. Ці різні інтереси не можуть стати однаковими, проте можливе їх поєднання, забезпечення певного балансу їхньої реалізації. Становлення й розвиток соціального партнерства забезпечується створенням його системи, що являє собою складне й динамічне утворення структурно-організаційних елементів (суб'єктів, предмета, нормативно-правового забезпечення), форм, ідеології, культури, принципів, методів, засобів, тактики, технологій взаємовідносин, об'єднаних певним механізмом.

Основними принципами соціального партнерства в Україні мають бути: законність; повноважність та рівноправність сторін та їх представників; сприяння держави розвитку соціального партнерства на демократичних засадах; свобода вибору та обговорення питань, які входять у сферу соціального партнерства; добровільність і реальність зобов'язань, які приймаються сторонами; обов'язковість виконання досягнутих домовленостей; відповідальність за виконання взятих на себе зобов'язань; контроль за виконанням досягнутих домовленостей.

Література:

1. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. – Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. – 180 с. – Режим доступу: <http://ied.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/10/Socialna-vidpovidalnist.pdf>
2. Соціальна відповідальність [Електронний ресурс] : навч. посіб. / [А. М. Колот, О. А. Грішнова, О. О. Герасименко та ін.] ; за заг. ред. А. М. Колота ; М-во освіти і науки України, Держ. ВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана". - Електрон. текстові дані. - Київ : КНЕУ, 2015. - 519, [1] с. - Назва з титул. екрану. - Електрон. версія друк. вид. - ISBN978-966-483-968-3 – Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/11583>

ВПРОВАДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН НА ПІДПРИЄМСТВІ

Юр'єва І.А., Ходарєва І.С.,

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

В роботі розглянуто систему принципів, на яких базуються соціально-трудова відношення в організації.

Базовим правовим документом, який регламентує права та обов'язки держави і громадянина, є Конституція України. Вона визначає нашу країну суверенною і незалежною, демократичною, соціальною та правовою державою (ст. 1), а людину, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпеку – найвищою соціальною цінністю. Підкреслюється також, що держава відповідає перед людиною за свою діяльність, а впровадження і забезпечення прав та свобод людини є головним її обов'язком (ст. 3). Під системою соціально-трудова відношень на підприємстві розуміють сукупність функцій та повноважень, які необхідні для здійснення управлінського впливу, у тому числі і соціального, який забезпечується як на державному так і на місцевому рівнях. Система соціального управління на підприємстві може створюватися із урахуванням нижче перелічених основних тенденцій, які будуються на принципах та взаємозумовлених відношеннях у соціальній групі: принципів солідарності і субсидіарності; відношень, побудованих за принципом “панування-підпора”; рівноправного партнерства; конфліктів, конфліктного співробітництва, конфліктного суперництва, дискримінації. Відповідно до цих принципів (характеристик) виділяють два полярних типи трудових відношень: патерналізм і соціальне партнерство. Можливі й інші типи соціально-трудова відношень, обумовлені сполученням принципів і методів їх регулювання.

Основний принцип системи соціально-трудова відношень – законодавче забезпечення прав у соціально-трудова області, визначення об'єктів, суб'єктів, порядку їх взаємодій, охоплення сфер взаємовідносин суб'єктів, а також контроль за дотриманням цих прав. Отже сучасна теорія соціально-трудова відносин в організації визнає наступні принципи: принцип солідарності, принцип субсидіарності, принцип партнерства, принцип загальності, принцип адресності, принцип інтегрованості. Сучасні провідні українські підприємства завжди дотримуються принципу соціальної солідарності.

Цей принцип передбачає взаємну допомогу всіх учасників системи соціального захисту. Така взаємодопомога реалізується у вигляді перерозподілу коштів між різними соціально-економічними та соціально-демографічними групами робітників організації, що дає змогу самій організації мати позитивний імідж.

Література:

1. *Охріменко, О.О.* Соціальна відповідальність [Електронне видання]: навчальний посібник / О.О. Охріменко, Т.В. Іванова ; НТУУ «КПІ». – Електронні текстові дані (1 файл: 2,54 Мбайт). – Київ : НТУУ «КПІ», 2015. – 157 с. – Назва з екрана. – Режим доступу: <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/12436> 2. Соціальна відповідальність [Електронний ресурс] : навч. посіб. / [А.М. Колот, О.А. Грішнова, О.О. Герасименко та ін.] ; за заг. ред. А.М. Колота; М-во освіти і науки України, Держ. ВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана". - Електрон. текстові дані. - Київ : КНЕУ, 2015. - 519, [1] с. - Назва з титул. екрану. - Електрон. версія друк. вид. - ISBN978-966-483-968-3 - Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/11583>

МІЖНАРОДНІ ФІТОСАНІТАРНІ ВИМОГИ ДО ДЕРЕВ'ЯНОГО ПАКУВАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ

Ягольник С.Г., Василенко Є.О.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Увезення з-за кордону, перевезення в межах України та експорт дерев'яного пакувального матеріалу як супровідного матеріалу для будь-яких вантажів здійснюються за умови його окорювання, термічної обробки або знезараження, про що свідчить наявність маркування на ньому з двох протилежних боків. Відповідно до МСФЗ №15 “Керівні принципи регулювання дерев'яного пакувального матеріалу, що використовується у міжнародній торгівлі” визначено, що маркування повинне: мати прямокутну або квадратну форму і розташовуватися в межах обмежувальної лінії з вертикальною лінією, що відокремлює символ від компонентів коду, легко читатись; має бути нанесене фарбою (зеленого або синього кольору) чи шляхом випалювання; довго та надійно триматись і не переноситись на інші предмети; має бути розташоване в місцях, які добре помітні при використанні деревної упаковки і не наноситися від руки. Недозволено використання червоного і помаранчевого кольорів, оскільки вони використовуються при етикетуванні небезпечних предметів. У межах кордону маркування не повинно містити ніякої іншої інформації. Згідно з МСФЗ № 15 в редакції від 14.01.2016 р. на маркуванні обов'язково вказується: 1) XX - код країни повинен складатися із двох букв та відділятися дефісом від коду виробника матеріалу або обробника; 2) 00000 - код виробника матеріалу або того, хто провів обробку (обробника); 3) УУ - код обробки (НТ - теплова обробка, МВ - обробка бромистим метилом, Т - теплова обробка з використанням діелектричного нагрівання). У МСФЗ № 15 передбачено, що країни-імпортери повинні приймати дерев'яний пакувальний матеріал із маркуванням, яке містить код обробки, що зазначений у попередніх редакціях МСФЗ (наприклад, КБ або БВ).

Але разом з цим, у міжнародній торгівлі інколи зустрічаються випадки виявлення недійсного маркування на дерев'яному пакувальному матеріалі, приклади якого наведені нижче (рис. 1-3).



рис. 1



рис. 2



рис. 3

Висновок: Враховуючи вищезазначене, у випадку проведення візуальної перевірки дерев'яного пакувального матеріалу та встановленні факту невідповідності маркування згідно з МСФЗ №15 не можна вважати таке маркування дійсним та дозволяти експорт та імпорт дерев'яного пакувального матеріалу як супровідного матеріалу для будь-яких вантажів.

СУТНІСТЬ ТА КОМПОНЕНТИ ПОТЕНЦІАЛУ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ

Якименко-Терещенко Н.В.

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

Потенціал економічного зростання – це динамічна система компонентів середовища соціально-економічної системи, які при перетворенні з можливостей на капітал забезпечують прирощення результатів. Наявність чинників економічного зростання визначає фізичну здатність економіки до зростання, тобто є необхідною, але все-таки ще не достатньою умовою існування економічного зростання. Джерела економічного зростання – це такі соціально-економічні, політичні і психологічні елементи економічної системи, які поодиноці або в сукупності здатні генерувати імпульси зростання. Як первинну одиницю генераторів імпульсів слід розглядати бізнес-процес. Потенціал економічного зростання визначається джерелами, імпульсами й генераторами економічного зростання.

Мета управління економічним потенціалом економічного зростання - його модернізація, а завдання - інтенсифікація джерел зростання, активізація імпульсів економічного зростання (виявлення резервів зростання), гуманізація результатів, що обумовлено необхідністю забезпечення якості зростання.

Модель управління потенціалом економічного зростання має включати чотири вектори (напрями) модернізації економічного потенціалу промислового виробництва, послідовна реалізація яких дозволяє створити передумови для підвищення його ефективності, конкурентоспроможності:

- вектор оновлення промислового виробництва (структури, устаткування, технологій) і вдосконалення структури виробничих відносин, виробничої логістики й технологічних ланцюжків;
- вектор оновлення нормативного середовища;
- вектор удосконалення організаційних структур і методів управління, їх орієнтація на досягнення нової якості управління процесами економічного й суспільного розвитку;
- вектор трансформації системи традиційних цінностей і мотивації, досягнення їх нових характеристик і нової «філософії» управління, адекватної новому стану економіки та суспільства.

Література:

1. Безпека та конкурентоспроможність економіки України в умовах Б 39 глобалізації : монографія [О.С. Власюк, А.І. Мокій, О.І. Іляш, В.І. Волошин, М.І. Флейчук, Т.О. Власюк та ін.] / за заг. ред. О.С. Власюка. – К. : НІСД, 2017. – 384 с.
2. Ареф'єва О. В. Структурні перетворення на промислових підприємствах як фактор сталого розвитку / О.В. Ареф'єва // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики, 2014, № 2 (26). – С. 36-42.

ВИРОБНИЧИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Яковлев В.І.

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

Сучасні економічні методи управління потребують від підприємств швидкого реагування на нові виклики ринку тому стосовно виробничого потенціалу, підприємству слід зосередитись на максимальне його використання виходячи із стратегічних цілей компанії.

Об'єктом управління є рівень виробничого потенціалу, який охоплює усю виробничу-господарську діяльність підприємства, який вирішую широкий спектр питань. Слід зазначити, що виробничий потенціал – це система складових, яка забезпечує виробництво конкурентоспроможної продукції на основі ресурсів підприємства для зміцнення позицій на ринку та задоволення потреб споживачів[1].

До стратегічних завдань підприємства необхідно віднести оцінку зовнішніх та внутрішніх факторів, які оказують вплив на виробничий потенціал, та розробити послідовність дій для зменшення ризиків впливу. Для більш чіткого управління розробляється система, де створюється керуюча підсистема та створює сукупність функцій управління на основі складових (фінансова, технологічна, кадрова, інноваційна і т.п.).

До задач, які відносяться до управління виробничим потенціалом, слід віднести диференціацію по наступним напрямкам: формування розвитку, глибокий аналіз, та оцінка виробничого потенціалу підприємства, а також підвищення рівня виробничого потенціалу, розробка стратегій компанії, яка дозволить реалізувати удосконалення управління виробничим потенціалом.

На базі інформації отриманої підприємством про рівень використання виробничого потенціалу підприємства, отримується висновок, щодо відповідності отриманих результатів, та доцільності застосування стратегічних управлінських рішень.

Якісне використання зворотного зв'язку дозволить підприємству постійно долучати працівників до підвищення та удосконалення системи управління виробничим потенціалом компанії. Це зможе створити більш широкий погляд на управління та постійно поліпшувати систему, що підвищить конкурентоспроможність підприємства та поліпшити мікроклімат в компанії.

Література:

1. Яковлев В.І. Трактуння економічної категорії виробничого потенціалу. // Причорноморські економічні студії. Випуск 34. М. Одеса 2018р.

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ВИРОБНИЧИХ ПРОЦЕСІВ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Яцина В.В.

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

У світовій практиці кожне підприємство здійснює підприємницьку діяльність, спираючись на план розвитку свого бізнесу. На жаль, вітчизняні виробники не приділяють належної уваги важливості цього документу. Вважається, що бізнес планування, зокрема, у виробничій діяльності, це марна трата часу та зайвих зусиль для створення додаткового звітного документу. Ситуація також ускладнюється сучасними тенденціями у світовій економіці, що вимагають постійного оновлення номенклатурного ряду виробничої продукції, впровадження новітніх технологій та інновацій. До того ж, недосконалість сучасного законодавства, швидкі перетворення у бізнес-сфері, відсутність достатнього досвіду щодо складання бізнес плану, а також кваліфікованих фахівців, що спроможні розробити якісну стратегію розвитку господарської діяльності промислового підприємства, негативно впливають на прийняття рішення щодо впровадження бізнес-планування на підприємствах України.

Але, з іншого боку – підприємство – це система бізнес-процесів, на вході якої – постачання економічних ресурсів, а на виході – товарні та грошові потоки. Ретельний аналіз кожного етапу створення продукту дозволяє виявити слабкі місця виробничого ланцюга та розробити механізм щодо зниження майбутніх ризиків.

Основними цілями бізнес планування промислового підприємства є наступні:

- визначення ключових компетенцій промислового підприємства;
- залучення власного або позичкового капіталу для виконання бізнес-функцій;
- складання послідовності та умов виконання виробничих процесів;
- пошук надійних постачальників ресурсів для виконання основних бізнес-процесів та кваліфікованих аутсорсерів для передачі їм допоміжних або другорядних функцій підприємства;
- виявлення ризиків кожної угоди на виробництво та розробка механізмів щодо їх запобігання або зниження;
- розрахунок планових показників рентабельності, очікуваного прибутку та інших показників ефективності виробництва;
- розробка шляхів оптимізації виробничих процесів, проектування модернізації устаткування при інноваціях.

Варто зауважити, що впровадження бізнес-плану у практичну діяльність промислового підприємства та моніторинг його виконання повинні відбуватися на постійній основі. Якісно розроблений бізнес-план дозволить промислового підприємству не тільки планувати свою господарську діяльність, або залучати інвесторів, а й побудувати ефективну систему управління та значно підвищити ефективність діяльності підприємства, його конкурентоспроможність.

Наукове видання

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

**Тези доповідей
XXVII МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
MicroCAD-2019**

**У чотирьох частинах
Ч. III.**

Укладач

проф. Лісачук Г.В.

Відповідальний секретар

Кубрак К.М.

Формат 60×86 /16. Ум. друк. арк. 19.4 Наклад 100 прим.

Надруковано у ТОВ «Планета – Принт»
61002, м. Харків, вул. Багалия, 16
Свідоцтво № 24800170000040432 від 21.03.2001р.