ЗАПОРІЗЬКИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ
ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

ЗБІРНИК ТЕЗ

учасників XX науково-практичної студентської конференції ЗІЕІТ

2018 рік

ЗБІРНИК ТЕЗ

учасників XX науково-практичної студентської конференції

ЗАПОРІЗЬКОГО ІНСТИТУТУ ЕКОНОМІКИ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Засновник:
Приватне акціонерне товариство «Приватний вищий навчальний заклад «Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій» (ЗІЕІТ)

Головний редактор:
Туровцев Г.В., д.ф.-м.н., професор, ректор ЗІЕІТ
Заступник головного редактора:
Переверзєв А.В., д.т.н., професор, проректор з наукової роботи ЗІЕІТ

Редакційна колегія:
Швець Д.Є., д.с.н., професор, проректор з навчальної роботи ЗІЕІТ
Магарь Н.Г., директор ВП ЗІЕІТ у місті Кривий Ріг
Жерліцин Д.М., д.е.н., професор
Левицький С.І., д.е.н., професор
Таланін І.Є., д.ф.-м.н., професор
Михайлик Д.П., к.е.н., доцент
Панкова М.О., к.е.н., доцент
Цвілий С.М., к.е.н., доцент
Чуча П.О., к.філ.н., доцент

Важливо: Редакційна колегія не здійснює корекцію поданого автором матеріалу для публікації у збірнику (не виправляє граматичні та пунктуаційні помилки), редагуванню може підлягати лише форма матеріалу (відповідність розмірів тексту)

Поштова адреса: 69041, м.Запоріжжя, вул.Кияшка, 16-б
Тел.: (061) 239-90-01
Факс: (061) 239-10-40
E-mail: trudy@econom.zp.ua
Сайт: http://conference.zieit.zp.ua:81/index.php/

PROCEEDINGS

of

ZAPORIZHZHYA INSTITUTE OF ECONOMICS AND INFORMATION TECHNOLOGIES

Founder:
Zaporizhzhya Institute of Economics and Information Technologies (ZIEIT)

Editor-in-chief:
Turovtsev G.V., Dr.Sc., Professor, Rector ZIEIT

Deputy editor:
Pereverzev A.V., Dr.Sc., Professor, Prorector of scientific work ZIEIT

Editorial Board:
Shvets D.E., Dr.Sc., Professor
Magar N.G., Director of the Separate Subdivision of ZIEIT in the city of Kryvyi Rih
Zherlitsyn D.M., Dr.Sc., Professor
Levitsky S.I., Dr.Sc., Professor
Talanin I.E., Dr.Sc., Professor
Mikhaylik D.P., Dr.Sc., ass. Professor
Pankova M.O., Dr.Sc., ass. Professor
Tsviliy S.M., Dr.Sc., ass. Professor
Chucha P.O., Dr.Sc., ass. Professor

Importantly: The editorial board does not make corrections of the material submitted by the author for publication in the collection (does not correct grammatical and punctuation errors), only material form (text size matching) can be edited

Address: 69041, Zaporizhzhya, Kiyashko str. 16-b
Tel.: (061) 239-90-01
Fax: (061) 239-10-40
E-mail: trudy@econom.zp.ua
Website: http://conference.zieit.zp.ua:81/index.php/

СЕКЦІЯ - 1

ФІЛОЛОГІЯ

Голова - к.філ.н., доц. Чуча П.О.

Співголова - д.філ.н., проф. Кондратьєва Г.М.

ПЕРЕКЛАД ДІЄПРИКМЕТНИКА ТА ДІЄПРИКМЕТНИКОВИХ КОНСТРУКЦІЙ

Автор: студентка групи Ф-227-м Амєліна С. О.
svetlanka87_0787@mail.ru
Керівник: ст. викл., доц. Давиденко Н. І.
Відокремлений підрозділ ЗІЕІТ у м. Кривий Ріг, Україна, вул. Гетьманська 108

Актуальність дослідження зумовлена тим, що проблематика застосування граматичних трансформацій під час перекладу текстів з англійської мови на українську посідає одне з провідних місць у перекладознавстві.

Метою дослідження є виявлення та опис застосованих перекладацьких трансформацій під час перекладу дієприкметника та дієприкметникових конструкцій.

Завданням дослідження є систематизація теоретичних положень стосовно дієприкметника, дієприкметникових зворотів та граматичних трансформацій, а також аналіз перекладу дієприкметника та дієприкметникових зворотів на основі роману «Айвенго» Вальтера Скотта.

Дієприкметник є найбільш вживаною неособовою формою дієслова. Саме цьому багатьох дослідників англійської мови цікавили форми, функції в реченні та переклад дієприкметника. Різні вчені

(М. Я. Блох, Т. А. Казакова, Ж. А. Голікова, В. С. Слєпович, К. М. Качалова, Є. Є. Ізраїлєвич, В. І. Карабан, І. В. Корунець, В. В. Коптілов) дали визначення дієприкметника, назвали стани, часи та функції, у яких можуть вживатися обидві форми дієприкметника.

Дієприкметник може виконувати у реченні функції обставини і означення. Це обумовлено тим, що дієприкметник має властивості не лише дієслова, а й прикметника і прислівника.

Процес перекладу не є простою заміною одиниць однієї мови одиницями іншої мови. Навпаки, це складний процес, що включає ряд труднощів, які необхідно подолати перекладачеві. Одним із прийомів, які допомагають перекладачеві, є трансформації. Перекладацькі трансформації (заміни) відбуваються через неповну спільність чи відмінність англійської та української мов.

Не дивлячись на те, що в українській мові форми дієприкметника є більш різноманітними, ніж в англійській мові, український дієприкметник вживається рідше, ніж в англійській мові, оскільки він має більш книжний характер. Крім того, український дієприкметник може виражати тільки одночасну або попередню дію по відношенню до дії, позначеної дієсловом – присудком. Тому навіть проста форма дієприкметника теперішнього часу далеко не завжди має формальні відповідники в українській мові.

Самою загальновживаною трансформацією при перекладі дієприкметника є поділ (за В. С. Слєповичем), який поділяється на зовнішній та внутрішній. Трансформацією, зворотною поділу, є інтеграція, яка також часто застосовується при перекладі дієприкметника українською мовою. Зміна порядку слів – це трансформація, за допомогою якої у перекладеному реченні змінюється порядок слів у порівнянні з реченням оригіналу відповідно до норм синтаксису мови, якою відбувається переклад. Найменш вживаною при перекладі дієприкметника є трансформація компенсації, оскільки здебільшого вона стосується певних частин речення (його синтаксису).

ТЕРМІНИ В ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ ТА ЇХ ВІДТВОРЕННЯ У ПЕРЕКЛАДІ

Автор: студентка групи Ф-227/м Бабенко Т.С.
tatyana.babenko118@gmail.com
Керівник: к.філол.н., доц. Бережна М.В.
Відокремлений підрозділ ЗІЕІТ у м. Кривий Ріг, Україна, вул. Гетьманська 108

Актуальність роботи зумовлена тим, що в існуючих роботах, присвячених дослідженню термінів та їх перекладу, акцент в основному робиться на словотворчих моделях, семантичних полях і стандартних способах перекладу (таких як транскрипція та калька), оскільки аналіз в основному виконується на матеріалі наукових, науково-популярних чи публіцистичних текстів. Проблема функціонування та перекладу термінології, використовуваної в художніх текстах, а особливо для створення гумористичного ефекту, висвітлена мало. Увиразнює актуальність дослідження той факт, що роботу виконано на аудіомедіальному матеріалі, переклад якого має свої власні особливості.

Метою роботи є дослідження термінів у художньому тексті та способів їх відтворення з англійської мови українською. Матеріал дослідження - американський англомовний ситком «The Bing Bang Theory», і його переклад російською мовою «Теория Большого Взрыва». Вибір матеріалу дослідження обумовлений тим фактом, що «Теорія Великого Вибуху» в даному перекладі користується масовою популярністю і має стійкий успіх у російськомовної аудиторії в Україні.

У художніх творах терміни часто виступають засобом створення комічного ефекту, який досягається авторськими мовними прийомами. При з’ясуванні питання про експресивність та емоційність терміна вирішальну роль відіграє мовне оточення, в якому він знаходиться. Спеціальні слова служать для посилення виразності, емоційності, для створення яскравого, нового, свіжого, оригінального образу, бо термін, як і будь-яке слово, в художньому творі виступає в нерозривній єдності з художнім образом.

Образність професійно-термінологічної лексики базується на ситуативній, а частіше мовно-ситуативній експресії. Аналізуючи твори різних письменників, спостерігаємо різні способи створення експресії в словах-термінах при збереженні номінативного значення. Серед них можна виділити такі: 1) сполучення з епітетом; 2) образність мікроконтексту; 3) термін серед незвичного сполучення слів; 4) омонімічність термінів; 5) каламбурне переосмислення термінів; 6) примітивне пояснення технічного процесу; 7) перенесення терміна з однієї терміносистеми в іншу. Стилістично висуваються професійні терміни, які вступають у певні зв’язки з іностильовими мовними елементами: 1) із застарілими словами (архаїзмами, історизмами); 2) з фольклорними елементами; 3) з розмовнопобутовою лексикою.

Залучення терміна до художнього твору часто пов'язане із стилістичним його використанням. Термінологія становить невичерпне джерело для поповнення метафоричних засобів мови. Переносне вживання терміна в зображально-описовій функції часто призводить до створення гумористичного ефекту. Відбір і створення найбільш вдалих мовних номінацій на термінологічній основі, а також їхні комбінації у реченнях і цілому контексті великою мірою залежать від загальної ерудиції автора. Прийомами створення гумористичних ситуацій виступають: а) каламбурне переосмислення терміна; б) руйнування звичного штампу; в) вкраплення термінів у фольклор. Пародіювання наукової дискусії досягається поєднанням «високого» наукового стилю з побутовою лексикою.

У перекладі спостерігаємо застосування різноманітних перекладацьких трансформацій: від стандартних формальних відповідників і експлікації, до вилучення, модуляції і компенсації. В деяких випадках переклад термінів є адекватним, а в деяких (коли стилістику оригіналу не збережено) – невдалим.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ СЛЕНГОВОЇ ЛЕКСИКИ У ФІЛЬМІ КВЄНТІНА ТАРАНТІНО “ВБИТИ БІЛЛА”

Автор: студентка групи П-113М Бєлая Д.-Л.С.
belaya.darlui@gmail.com
Керівник: к.філ.н., доц. Чуча П.О.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшко 16-б

Зміни в культурі, політиці та економіці, нові технології, спілкування в Інтернеті - все це впливає на нашу свідомість а також і на мову. З'являються нові слова, старі зникають, потім вони знову повертаються, набуваючи нових відтінків значень. Динаміку змін і життя мови цілком може проілюструвати таке явище, як сленг,особливо уживаний у широкоформатному кіно.

Деякі вирази взяті з категорії сленгу з часом досить сильно вкоріняються, що вписуються у загальноприйняті рамки мови, інші існують лише протягом деякого часу, водночас з популярністю їх ораторів-творців, а потім забуваються. А є третя категорія сленгових слів та виразів , що залишаються сленгом протягом тривалого часу, і багато поколінь людей використовують їх, не приймаючи як загальнодоступну мову, але й не забувають ці вирази. Саме тому, це дослідження присвячено сучасному сленгу, визначаючи його основні риси, причини їх виникнення та особливості перекладу цього дивного та не простого для розуміння звичайної людини явища .

«Сленг» – це міський соціалект, який виник із різних замкнених соціальних груп (правопорушників, крамарів, ремісників, в'язнів, бурсаків-учнів, вояків інтернет-спільноти) як емоційно забарвлена лексика низького й фамільярного стилю, поширена серед соціальних низів і певних вікових груп міст. Дж. Б. Гриноу и Дж. Л. Киттридж описали сленг наступним чином: " сленг — язык-бродяга, который слоняется в окрестностях литературной речи и постоянно старается пробить себе дорогу в самое изысканное общество".

Поняття "сленг" досить часто змішується з такими поняттями, як "діалектизм", "жаргонізм", "вульгаризм", "розмовна мова", "просторіччя", а багато слів і поворотів, які почали своє існування як сленг, тепер міцно устаткувались в літературній мові. Прикладами в російській мові можуть бути слова «шпаргалка», «шумиха», «провалиться» (у значенні "якщо щось невдалося"). В Україні існують більш типові види сленгів, відповідно до давніших історико-політичних кордонів (голова: східно-українське — башка́, ку́мпол; галицьке — маґо́ла або макітра; буковинське — ґо́вдя; закарпатське — ла́мпаш). У літературі сленгізми використовували як засіб стилізації

Основні методи створення сленгової лексики:

- калька (повне запозичення);
- напівкалька (запозичення основи);
- переклад (з використанням стандартної лексики в особливому значенні disk — «млинець»; з використанням сленгу інших професійних груп);
- фонетична мімікрія (error — Єгор);
- телескопія (алкоголік + космонавт → алконавт);
- зближення слів на основі звукової подібності, звукове перенесення: наприклад, «лимон» замість мільйон, «мило» замість e-mail.

Дослідження яке опирається на вирази, вживані у художньому фільмі Квєнтіна Тарантіно "Вбити Білла" демонструє сленг, як лексикон,створений на фонетичній і граматичній основі загальнонаціональної мови,який відрізняється розмовним, а іноді й грубо-фамільярним забарвленням. Найрозвиненіші семантичні поля,що ми можем відстежити це — «Людина», «Зовнішність», «Одяг», «Житло», «Дозвілля».

Чимало елементів є різними скороченнями і похідними від них, фонетичними асоціаціями. Основними джерелами таких слів мови є молодіжний сленг і кримінальний жаргон (саме такі вирази ми і можемо яскраво відстежити серед діалогів фільму «Вбити Білла»). В наш час, мова фільмів дотримується тенденції толерантності до неформальної мови, а також сильно виражене бажання якомога частіше використовувати виразний, енергійний словниковий запас. А через те що, основними носіями сленгу є молоді люди, а також члени певної професійної групи, які використовують сленг для кращого розуміння, сленгові вирази з кінофільмів поширюються із значною швидкістю, але не є остаточно повністю відокремленою та вивченою ланкою мови. Це і є основна проблема на шляху розуміння цих слів. Можливо через це сленг все більше привертає увагу сучасної філології. В даний час існує велика кількість визначень сленгу, часто суперечливих. Безперечним є той факт, що в сучасній мові сленг і є найбільш рухливим шаром словника, що є точним відображенням мовної картини світу представників певної культури. Саме це і підтверджує той факт, що сленг відіграє особливу роль у передачі культурно-національної ідентичності людей особливо під час перегляду кінематографу тієї або іншої країни. Тому переклад цього явища потребує великої кількості уваги та часу.

КІНОПЕРЕКЛАД І РОЛЬ ПЕРЕКЛАДАЧА У ТВОРЧОМУ ПРОЦЕСІ

Автор: студентка групи Ф-117/м Галунко П.А.
totoroandpo@gmail.com
Керівник: к.філол.н., доц. Бережна М.В.
Відокремлений підрозділ ЗІЕІТ у м. Кривий Ріг, Україна, вул. Гетьманська 108

Починаючи з XX століття кіноіндустрія займає важливе місце не тільки у світі глядачів, але й у світі перекладачів. Вона дала поштовх кіноперекладу, який в XXI столітті можна вважати одним з найпопулярніших видів перекладу. В останні роки проблема якісного перекладу фільмів українською мовою стала менш помітною, порівняно з початком 90-х. Але, незважаючи на помітні зміни, велику кількість фільмів все ж перекладають невірно, не передаючи змісту, закладеного у картину режисером, чи не відтворюючи настрій фільму, не враховуючи особливості мови персонажів чи культурні реалії, гумор та ідіоми. Особливо ці помилки помітні при перекладі тих художніх фільмів, що зображають певний прошарок населення. Часто це фільми, в яких персонажі використовують багато жаргонізмів, сленгізмів, вульгаризмів, діалектизмів, нецензурної лексики.

Ім'я перекладача, як правило, залишається невідомим для українського глядача, причиною цьому є невдалий переклад і, як наслідок, відсутність інтересу або не розголошування імені перекладача; в Україні немає тенденції дивитися фільми у перекладі одного й того самого, улюбленого перекладача. Але з фільмами, перекладеними російською мовою – інша ситуація. Серед відомих й рейтингових перекладачів можна назвати: Юрія Живова, Андрія Гаврилова, Дмитра Карпова (Сыендук), студію «Кураж Бамбей» і звичайно Пучкова Дмитра Юрійовича, більш відомого під псевдонімом Goblin. Переклади Гобліна мають високі рейтинги серед глядачів і велику кількість позитивних відгуків. В його перекладах відсутня більша кількість тих помилок, які допускають українські перекладачі, особливо в тих фільмах, де мовленнєва характеристика персонажів містить різні види розмовної лексики.

Переклади Гобліна, за його власною класифікацією, поділяються на дві групи: «смішні переклади» і «вірні переклади». «Смішні переклади» виходять під маркою студії «Божа Іскра» і зазвичай являють собою пародійні дубляжі, зроблені за допомогою іронічного переосмислення вихідного сюжету». «Вірні переклади» виходять під маркою студії «Повний Пе» і, крім озвучення, є безпосередньо перекладами з максимальним відтворенням стилістики, семантики і прагматики оригіналу. Репліки героїв в таких перекладах відповідають за змістом і експресії оригінальним реплікам. Дмитро Пучков дає своє визначення вірному перекладу: «Я вважаю, що фільм знімає режисер за задумом сценариста, а завдання перекладача - перекладати, а не робити з себе цензора. Крім того, перекладач не повинен нічого пропускати під час своєї роботи - в тому числі і горезвісну «ненормативну лексику», необхідність якої в деяких фільмах Д. Goblin Пучков відстоює постійно, вказуючи на її стилеформуючу («Спиздили») або сюжетоформуючу функцію (повнометражний «Саус Парк»). Відмінними рисами гоблінського перекладу є наступні:

- використання зниженої лексики (лайки);
- природна російська мова;
- відтворення діалектної та розмовної лексики;
- повна передача сенсу.

Таким чином, можна зробити висновок, що від перекладача значною мірою залежить те, як саме глядач сприймає фільм. Основне завдання перекладача – створити адекватний переклад, який буде користуватися популярністю серед глядачів. Саме тому фільмам в перекладі Дмитра Пучкова віддають перевагу, адже глядач хоче дивитися фільм режисера, а не фільм перекладача.

ГРА СЛІВ ЯК СТИЛІСТИЧНИЙ ПРИЙОМ У ЦИКЛІ ФРЕНКА БАУМА «КРАЇНА ОЗ»

Автор: студентка групи Ф-113М Горкальцева О.М.
gorkalceva.elena@gmail.com
Керівник: к.філ.н., доц. Чуча П.О.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка 16-б

Метою роботи є розглянути семантичну структуру висловлювань гри слів в оригіналі роману та способи їх адекватної передачі російською мовою; зіставити їх з перекладом і тим самим дати оцінку адекватності передачі цього прийому. Для досягнення мети поставлені наступні цілі: 1) дати визначення поняттю «гра слів» як стилістичному прийому; 2) вказати функцію цього прийому у художньому тексті та у творах Ф.Баума; 3) вказати головну спрямованість способу перекладу гри слів; 4) шляхом зіставлення оригіналу та перекладу виділити всі основні трансформаційні операції, які застосовував перекладач; 5) дати оцінку адекватності передачі гри слів і тим самим оцінити адекватність перекладу.

Лінгвістична гра слів, тобто каламбур – це стилістичний мовний зворот, заснований на комічному застосуванні різних значень слів, частин слів, груп слів, словосполучень або речень з однаковим або схожим звучанням. Виділяють такі види каламбуру: 1) гра слів, заснована на полісемії; 2) на повній або частковій омонімії; 3) на співзвуччі, тобто на омофонах, лексичних елементах з однаковим звучанням та різним значенням ; 4) на антонімах.

Переклад каламбурів належить до галузі вузькоспеціальних перекладацьких питань. На відміну від перекладу звичайного тексту, при перекладі каламбуру змінюється сама форма оригіналу – фонетична або графічна. Нерідко доводиться навіть змінювати зміст оригінального каламбуру в тексті перекладу на іншу форму – на новий каламбур, якщо неможливо зберегти старий, або створювати власний каламбур з одиниць мови перекладу, тому що план вираження може виявитися важливішим за план змісту.

Для передачі гри слів традиційно застосовується прийом компенсації. Компенсація – це заміна непереданого елементу оригіналу аналогічним або яким-небудь іншим елементом, що компенсує втрату інформації.

Гра слів часто зустрічається у книгах Френка Баума. Найбільш розповсюджений тип гри слів застосований на полісемії, тобто на багатозначності. До інших типів відноситься гра слів, що заснована на співзвуччі (на омофонах); на повній та частковій омонімії. Часто зустрічаються змінені фразеологізми, гра на буквальному та переносному значенні фразеологізму; або так звана «народна етимологія».

Більшість перекладачів застосовує компенсацію при перекладі, замінюючи авторські образи іншими. Проте часто трапляється так, що перекладач вибирає дослівний переклад або зовсім відмовляється від перекладу гри слів. Тим самим у перекладі втрачається стилістичний ефект оригіналу.

ПРАГМАТИЧНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ПИТАЛЬНИХ ВИСЛОВЛЮВАНЬ

Автор: студентка групи Ф-227-м Давиденко Н.І.
naivdavidenko1@gmail.com
Керівник: к.філол.н., доц. Бережна М.В.
Відокремлений підрозділ ЗІЕІТ у м. Кривий Ріг, Україна, вул. Гетьманська 108

Проблема питальності є однією з центральних у сучасній лінгвістиці. Важливість вивчення інтерогативних конструкцій визначається не тільки тим ключовим положенням, яке займає питання у процесі комунікації, але й зв'язком проблеми питальності з багатьма іншими проблемами мовознавства.

Актуальність даного дослідження зумовлена тим фактом, що хоча важливість цієї теми є очевидною, прагматичні аспекти питального речення, та проблеми, пов'язані з його перекладом, залишаються на сьогоднішній день маловивченими, зокрема з оглядом на сучасні вимоги до перекладу, коли мова йде не лише про передачу змісту оригіналу, але й про оптимальне відтворення прагматичних характеристик тексту.

Питання, присвячені аналізу функціональних і семантичних особливостей питальних речень досліджуються в роботах В.В. Бузарова, Л.Л. Дроботова, Л.П. Власенко, А.І. Сергєєва, С.В. Андрєєвої, Л.П. Берднікова, Н.В. Гурової, І.П. Іванової, В.В, Бурлакової, Г.Г. Почепцова.

Мета роботи полягає в дослідженні прагматичних значень питальних речень, а також проблем перекладу пов'язаних з ними.

Завдання роботи: встановити функції питальних речень в англійській мові; узагальнити проблеми, що виникають під час перекладу питальних речень; вибрати та описати приклади питальних речень, що ілюструють особливості семантики та прагматики їх вживання.

Слід зазначити, що серед трьох лінгвістичних параметрів англійського речення – синтаксичного, семантичного і прагматичного – останній відіграє вирішальну роль в комунікативному ланцюгу "джерело – перекладач – реципієнт". Прагматичні проблеми перекладу виникають у зв'язку з неправильним розумінням перекладачем наміру автора стосовно певної реакції, яку треба викликати у реципієнта.

Вживання питальних конструкцій для вираження непитальних значень здійснюється за рахунок нівелювання питального значення, яке відходить на другий план, оскільки питальні речення можуть використовуватися для відтворення широкого спектра комунікативних функцій.

Ідентифікація та інтерпретація комунікативного наміру стає можливою лише при врахуванні багатьох складових. В ході роботи визначено три функції, котрі виконують інтерогативні конструкції.

Репрезентативна функція - є першою функцією мовної комунікації, що надає можливість вираження схематичності думки, вона орієнтована на предмет, про який йде мова, а не на учасників мовного акту.

Комунікативна функція питальних речень-висловлювань реалізується у вигляді - власне-питальних речень, з первинною функцією запиту інформації, і невласне-питальних речень із вторинною - непитальною функцією, тобто метою таких речень є не тільки отримання відповіді але й інші комунікативні установки.

Регулятивна функція питального речення-висловлювання є втіленням спонукальної інтенції і тісно пов'язана з регулюванням поведінки адресата, який надає необхідну інформацію.

Внаслідок прагматичної мобільності англійських питальних речень, при перекладі вони можуть передаватися як стверджувальні речення, спонукальні висловлювання, подвійні запитання та навіть окличні речення.

ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ ПОМИЛКИ ПРИ ВІДТВОРЕННІ АУДІОВІЗУАЛЬНОГО ТЕКСТУ

Автор: студентка групи Ф-117м Заславська Ю.Е.
yulyazaslavskaya94@gmail.com
Керівник: ст. викл., доц. Давиденко Н.І.
Відокремлений підрозділ ЗІЕІТ у м. Кривий Ріг, Україна, вул. Гетьманська 108

Однією з найпоширеніших форм існування мови у наш час є медіатексти, що й обумовлює актуальність вивчення підходів до покращення перекладу кінопродукції.

Н. Засурський розуміє під медіатекстом новий комунікативний продукт, який може бути включений в різні медійні структури (вербальні, візуальні, звукові, мультимедійні). зрозуміло, що акцент робиться на канали розповсюдження медіа тексту.

Натомість Г. Солганік дійшов висновку, що медіатекст - це вид тексту, що належить масовій комунікації і характеризується різним типом автора і текстовою модальністю, та розрахований на масову аудиторію.

Аудіовізуальний переклад, що має безліч синонімічних назв, таких як теле/відео переклад, кіно переклад, медіа переклад або екранний переклад, трактується як переклад вербального супроводу до відеоряду, що використовується на телебаченні, при перекладі фільмів та іншої аудіо-відео продукції.

На думку Л.Л. Нелюбіна переклад аудіомедіальних текстів - це поєднання рис синхронного, послідовного та письмового перекладу залежно від мети і характеру роботи (переклад на аудиторію, для дубляжу, озвучування й інше).

Перекладацька помилка - це будь-яке відхилення від тексту оригіналу при його перекладі. Причиною таких помилок найчастіше є буквальне наслідування оригіналу, механічне перенесення до тексту перекладу таких особливостей вихідного тексту, які не можна відтворити при перекладі.

Однією з перших найбільш детально викладених є класифікація перекладацьких помилок Л.К. Латишева, який виділяє помилки в трансляції вихідного змісту, спотворення, неточності, неясності.

Н.К. Гарбовський в своїй роботі «Теория перевода» висуває в систематизованому виді найбільш загальні причини перекладацьких помилок: а) недостатнє володіння мовою оригіналу; б) недостатній запас екзистенціальних знань та знань в предметній сфері вихідного тексту; в) неуважне відношення до системи смислів тексту та авторської позиції; г) невміння розрізняти особливості індивідуального стилю автора вихідного тексту.

Щоб уникнути помилок дуже важливо встановити граматичні та лексичні труднощі, з якими доводиться найчастіше стикатися при перекладі, а також визначити способи їх подолання.

Потрібно виділити також таку категорію як логічні помилки. Їх класифікація була запропонована

Д.М. Бузаджі, який виділяє два типи помилок: ті, що порушують предметну або понятійну логічність.

В.Н. Комісаров розглядає помилку як міру дезінформаційного впливу на читача. Він виділяє помилки при перекладі тексту, які відіграють неоднакову роль при оцінюванні якості перекладу:

1) помилки, що грубо викривляють зміст оригіналу;
2) помилки, що призводять до неточної передачі смислу оригіналу, але не викривляють його повністю;
3) помилки, які не порушують загального смислу оригіналу, але знижують якості тексту перекладу внаслідок відхилення від стилістичних норм мови перекладу, використання маловживаних у даному типі текстів одиниць, зловживання іншомовними запозиченнями або технічними жаргонізмами тощо;
4) порушення обов'язкових норм мови перекладу, які не впливають на еквівалентність перекладу, але свідчать про недостатнє володіння перекладачем мовою перекладу чи його нездатність подолати вплив мови оригіналу

Цілком зрозуміло, що від вдалого перекладу залежить успіх аудіовізуального тексту.

МОВЛЕННЄВА ХАРАКТЕРИСТИКА ПЕРСОНАЖІВ В ОРИГІНАЛІ ТА ПЕРЕКЛАДІ

Автор: студентка групи Ф-117м Качан О. О.
aleks2303aleks@gmail.com
Керівник: к.філол.н., доц. Бережна М.В.
Відокремлений підрозділ ЗІЕІТ у м. Кривий Ріг, Україна, вул. Гетьманська 108

Мова є системою, що динамічно розвивається та постійно зазнає змін. Найбільші зміни відбуваються на лексичному, найбільш рухомому рівні. Мовленнєва характеристика, особливості мовлення окремого персонажа, створені автором, може знайти своє відображення у різних стилістичних прийомах, дозволяє відокремити одного персонажа від іншого за рахунок лінгвістичних явищ, що не мають або мають аналогів в реальному світі.

В останній час різко збільшився попит на переклад англомовної кінопродукції з англійської мови українською. Якщо переклад виконаний вірно – це застава того, що продукт буде продаватися, користуватися попитом і перекладачі будуть у подальшому забезпечені роботою. Актуальність ґрунтується на необхідності вивчення сучасних підходів до перекладу художніх медіа текстів (аудіо-медіальних) на достатньому рівні.

Мета дослідження – виявити та актуалізувати особливості вживання та функціонування стилістичних одиниць у контексті мовної характеристики, та способи їх відтворення у перекладі.

Задачі дослідження – проаналізувати вибраний аудіо-медійний текст та виявити релевантні для нього стилістичні одиниці; з'ясувати способи перекладу цих стилістичних одиниць українською та російською мовами; виявити та актуалізувати основне поняття роботи «мовленнєва характеристика»; актуалізувати основні терміни, які використані у роботі, визначити місце і роль мовної характеристики у художньому творі; зіставити використання стилістичних одиниць в англомовному тексті і його перекладах; зробити аналіз мовленнєвої характеристики вибраних персонажів.

Мовленнєва характеристика – це набір слів та тропів, характерних для кожної діючої особи літературного твору, що виступають як спосіб художнього зображення персонажів. Для створення мовленнєвої характеристики, разом зі словами і синтаксичними конструкціями книжкової мови використовують просту мову «улюблені слівця та обороти мовлення», які допомагають охарактеризувати персонаж з тої чи іншої сторони (загально культурної, соціальної, професіональної і т.п.).

В роботі досліджено фонетичні, лексичні, семантичні, граматичні та стилістичні особливості, що створюють мовленнєву характеристику персонажів аудіо-медіального тексту. Слід зазначити, що найчастіше в дослідженому нами матеріалі зустрічаємо розмовні фрази як складові особливостей мовленнєвої характеристики персонажів.

Розмовність виявляє себе на різних рівнях мови, лексичному, семантичному та граматичному рівнях. Розмовний стиль мовлення – це стиль, який використовується в усному повсякденному спілкуванні у побуті, в родині, на виробництві тощо.

Окрім розмовності, складовими мовленнєвої характеристики в досліджуваному тексті є ідіоми, алюзії та фонетичні відхилення, що передають акцент в мовленні головного персонажа.

Досліджуючи переклад, було виявлено, що український переклад виконаний вдаліше, ніж російський варіант перекладу. При перекладі мовленнєвої характеристики найчастіше використовується така трансформація як модуляція, Рідше функціональний переклад та калька. Така велика частотність використання модуляції в перекладі обумовлена тим, що у текстовому та аудіо-візуальному форматах дуже важливо, аби співпадав ліпсинг, та була якомога точніше передана характеристика героїв. Український переклад вважаємо більш вдалим, за рахунок повнішого відтворення фонетичних особливостей мовлення персонажа. В російському перекладі фонетичні особливості мовлення майже відсутні.

ОДОМАШНЕННЯ ТА ОЧУЖЕННЯ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ АУДІО-МЕДІАЛЬНОГО ТЕКСТУ

Автор: студентка групи Ф-117м Косьянова І.В.
iryna.kosyanova@gmail.com
Керівник: ст. викладач, доц. Давиденко Н.І.
Відокремлений підрозділ ЗІЕІТ у м. Кривий Ріг, Україна, вул. Гетьманська 108

Переклад - це діяльність, суть якої полягає в процесі перекодування тексту, створеного на одній мові, в текст іншою мовою. Ця діяльність здійснюється перекладачем, який творчо обирає відповідний варіант в залежності від варіативних ресурсів мови, виду перекладу, завдань перекладу, типу тексту і під впливом власної індивідуальності.

Все ще залишається відкритим досить неоднозначне питання, стосовно того, що саме повинен зберігати перекладач у перекладі – форму тексту оригіналу чи його зміст.

Актуальність роботи обумовлюється відсутністю зафіксованих правил щодо використання очуження та одомашнення при перекладі у даний період часу. Існують тільки загальні тенденції, які офіційно не регламентуються.

У процесі написання роботи були вирішені наступні задачі:актуалізувати визначення терміну «переклад»; проаналізувати концепцію неперекладності; проаналізувати зміст понять «очуження» та «одомашнення»; актуалізувати визначення скопос теорії, та зазначити її головну мету; навести та проаналізувати приклади, які чітко демонструють реалізацію перекладацьких стратегій одомашнення та очуження.

Спільність логічного складу думки, загальнолюдський характер логічних форм, а також наявність семантичних універсалій є тією основою, на якій виникає принципова основа перекладності будь-якого тексту.

У процесі перекладу відбувається взаємодія представників двох мовних, та лінгвокультурних спільнот, що володіють різним світосприйняттям і певним фондом культурної спадщини: фоновими знаннями, мовним етикетом, морально-естетичними нормами.

Базуючись на суб'єктивних цільових установках, виділяють стратегію «буквального та вільного перекладу», «стратегію жанрової поетичної стилізації», «стратегію нерифмованого перекладу», «стратегію очуження та одомашнення» (або стратегію єкзотизації та освоєння», згідно іншої термінології).

Очуження - це підхід до перекладу, при якому акцент робиться на збереженні мовних і культурних цінностей похідної мови, при цьому «читач наближається до автора».

Одомашнення - це етноцентричний підхід до перекладу, при якому текст оригіналу часто скорочується, акцент робиться на культурних цінностях мови перекладу, а «автор наближається до читача».

В роботі запропоновано виділити комплексну стратегію перекладу, коли одомашнення та очуження використовуються одночасно при перекладі словосполучення або навіть однієї лексеми і в кінцевому перекладі є ознаки як очуження так і одомашнення.

Використання одомашнення та очуження, або їх комплексне використання не впливає на якість кінцевого перекладу, тому що згідно скопос-теорії Катарени Райс успіх будь-якого перекладу залежить не від використання певної перекладацької стратегії, а від того, в якій мірі переклад відповідає меті, яку мав оригінал.

Проаналізувавши матеріал дослідження, можна зробити висновок, що при перекладі на українську та російську мову перекладачі вдавалися як до одомашнення так і до очуження, і це підтверджує той факт, що використання виключно одної перекладацької стратегії неможливе, адже для досягнення певної мети треба вдаватися до різних методів.

ПРОБЛЕМА ВІДТВОРЕННЯ ЗНИЖЕНОЇ РОЗМОВНОЇ ЛЕКСИКИ В РОМАНІ ЕЛІАСА КАНЕТТІ «ЗАСЛІПЛЕННЯ» (ПЕРЕКЛАД ЛОГВИНЕНКО ОЛЕКСИ)

Автор: студентка групи Ф-113м Кравченко (Крігер) П.О.
polina.kr.03.07@gmail.com
Керівник: доц. Аполонова Л.А.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка 16-б

Однією з основних проблем, з якою стикається перекладач у процесі перекладу художнього твору, вважається передача лексичних засобів, що знаходяться за межами літературної мови. При перекладі зниженої розмовної лексики важливо віднайти перекладний еквівалент, який був би адекватним лексичній одиниці, що перекладається, за значенням, стилістичною забарвленістю і прагматичною характеристикою.

Якщо мовні відхилення використовуються письменником для мовної характеристики, то найчастіше необхідно знайти таке ж перекладацьке «вишукування» - еквіваленти або аналоги для окремих деталей, але звісно не дослівно, а загалом по тексту для того, щоб щоб надати тексту саме того забарвлення, якого хотів автор.

Сленг розглядається як свідоме, навмисне вживання елементів загальнолітературного словника в розмовної мови в суто стилістичних цілях: для створення ефекту новизни, незвичайності, відмінності від визнаних зразків, для передачі певного настрою, для додання висловленню конкретності, жвавості, виразності, точності, стислості, образності, а також щоб уникнути штампів і кліше. Це досягається за допомогою використання таких стилістичних засобів, як метафора, метонімія, синекдоха, евфемізм.

У творі Еліаса Канетті «Засліплення» зустрічається багато зниженої розмовної лексики, а саме у діалогах між покоївкою Терезою з іншими героями твору: професором Кіном, сусідським хлопчиком, колишнім поліцейським і т.д. Спілкування Терези і Кіна зводиться до обміну необхідними фразами. Лексичний запас економки вбогий, не більше п'ятдесяти слів, але Кін цінує її небагатослівність і відданість бібліотеці.

У тексті перекладу, перекладач при виборі відповідників найчастіше надає перевагу лексичним доповненням задля того, щоб якомога найкраще передати той стиль мовлення, що має героїня твору. Має місце також конкретизація та генералізація Пояснюється це орієнтацією на літературну традицію, на існуючий корпус текстів. Такий зсув є в широкому сенсі типовим проявом адаптації до свідомості культурного читача.

При перекладі сленгу О. Логвиненко використовує непрямий спосіб перекладу та багато перекладацьких трансформацій. Основна їх функція полягає в створенні максимально лексично точного, адекватного перекладу твору при відсутності регулярних мовних відповідностей. При цьому адекватний переклад неможливий без урахування стилістичної сторони оригіналу, так як переклад також передбачає створення стилістичного аналога оригіналу.

ПЕРЕКЛАД ОКАЗІОНАЛІЗМІВ І ХАРАКТЕРИСТИЧНИХ ІМЕН У АУДІО-МЕДІАЛЬНОМУ ТЕКСТІ

Автор: студентка групи Ф-117/м Марченко Г І.
ann.marchenko95@gmail.com
Керівник: к.філол.н., доц. Бережна М.В.
Відокремлений підрозділ ЗІЕІТ у м. Кривий Ріг, Україна, вул. Гетьманська 108

Мова нагадує живий організм, який постійно розвивається. Як правило, нові слова з'являються внаслідок створення матеріалу в жанрі фентезі. Слід зазначити, що одна з головних ознак жанру є саме оказіональні слова та характеристичні імена.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що у мовознавчій науці оказіоналізми та характеристичні імена вивчено недостатньо. Окрім того, попит на перекладацькі послуги у царині аудіомедіального перекладу творів жанру фентезі увиразнює актуальність дослідження.

Метою роботи є дослідження структурного складу оказіоналізмів, характеристичних імен у телесеріалі «Грімм» і прийомів перекладу на українську та російську мови.

Завдання дослідження – актуалізувати інформацію про існуючі поняття та види оказіоналізмів та характеристичних імен, описати основні прийоми перекладу оказіоналізмів та характеристичних імен, дослідити рівень адекватності перекладу, з'ясувати їх роль у створенні художнього образу.

Оказіоналізм - це слово, що було створено за існуючими в мові продуктивними/ непродуктивними словотворчими моделями для конкретного випадку. Тобто їм властива невідтворюваність, одноразовість.

В цій роботі ми використовуємо класифікацію В. С. Виноградова, яку допрацювали і зробили більш докладною. Ми поділяємо оказіоналізми на потенціалізми; оказіоналізми виражені варваризмами; егологізми. Потенціалізми розділяємо на: утворенні суфіксальним способом та способом складання слів.

Крім того, серед оказіоналізмів утворених способом складання слів виділяємо такі словотворчі схеми: іменник + іменник; прикметник + іменник; дієслово + іменник; іменник + прикметник; іменник + дієслово; прикметник + прикметник; іменник + іменник + прикметник; прикметник + дієслово; прикметник + іменник + іменник; дієслово + прикметник.

Характеристичне ім'я — це семантично прозоре ім'я, створене автором для характеристики об'єкта номінації, яке підкреслює, а іноді перебільшує його якості і призначення.

У роботі ми використовуємо класифікацію Д.І. Єрмоловича, що розділяє характеристичні імена на: вітоніми (власні імена живих організмів) та на топоніми.

Також як характеристичне ім'я ми виділяємо заголовки. Такий заголовок передає суть матеріалу, випливає з його змісту. Заголовки – це назва твору або окремих його частин.

У нашій роботі ми будемо використовувати класифікацію, що розділяє заголовки на алюзивні та неалюзивні. Алюзивний заголовок викликає певні асоціації, неалюзивний має лише номінативну функцію.

Найбільш поширеними трансформаціями при перекладі оказіоналізмів, характеристичних імен та заголовків виявились модуляція, синтаксичне уподібнення, транскрибування, транслітерація, калькування.

До того ж, картинка, яку ми спостерігаємо на екрані і на якій можемо сконцентруватися, завжди повністю компенсує оказіоналізм, що при перекладі не зберігається.

Можна зробити висновок, що переклади серіалу українською та російською мовами є адекватним, рівноцінним. Переклади імен і назв вдалі, в цілому формують уявлення про персонаж або ситуацію. При перекладі оказіоналізмів їх зміст загалом передано, а стилістику збережено.

ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ ЕКОНОМІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ

Автор: студентка групи Ф-227/м Міщук Є.В.
tdutybz.077@gmail.com
Керівник: к.філол.н., доц. Бережна М.В.
Відокремлений підрозділ ЗІЕІТ у м. Кривий Ріг, Україна, вул. Гетьманська 108

Економічний дискурс – це явище, з яким суспільство стикається кожного дня. Економічні проблеми, події та процеси пронизують повсякденне життя і стають дедалі все більш актуальними. Тому дослідження питань економічного дискурсу знаходиться у центрі уваги вітчизняних і зарубіжних лінгвістів.

Будь-яка мова функціонує в усіх сферах суспільного життя, виконує різні суспільні функції, а тому набуває типових стильових ознак. Стиль є різновидом мови, манерою мовного вираження в різних сферах, умовах, формах спілкування. В основі функціональної диференціації мови можуть лежати як позамовні (сфера спілкування, функція), так і власне мовні ознаки (кількісні показники вживання мовних одиниць). Як правило, вітчизняні лінгвісти розрізняють розмовний, публіцистичний, науковий, офіційно-діловий, художній стилі. Англійські й американські дослідники здебільше роблять акцент на ступені офіційності / невимушеності або літературності / розмовності різних видів дискурсу. Саме за ознакою офіційності / невимушеності дещо різняться стилістичні норми для різних функціональних стилів в англійській та українській мовах. Розмовність більш властива стилям англійської, ніж української мови. Так, якщо публіцистичний і діловий стилі української мови однозначно відносяться до книжних, то в англійській мові відповідні стилі нерідко відзначаються помітною розмовністю. При їх передачі українською мовою деякі одиниці (наприклад, сленг, розмовна або емоційно-забарвлена лексика) вимагають нейтралізації.

Економічний текст як особливий текстовий жанр в обох мовах може бути представлений різного роду повідомленнями, частіше інформативного характеру, але може бути написаним і в публіцистичному руслі, коли треба дати оцінку певним подіям ділового життя. В роботі досліджуємо власне статті публіцистичного жанру, обрані з таких періодичних видань, як «The Economist», «Financial Times», «The New York Times», «Bloomberg Business Week», «The Wall Street Journal». Всі тексти присвячені економічним питанням і спрямовані переважно на спеціалістів з економіки або на читачів широкого загалу, які глибоко цікавляться економічними процесами. Для досліджених статей, окрім логічності викладу матеріалу, характерне вживання оцінної лексики, експресивних засобів, образних висловів, розмовних елементів, алюзій та цитат, евфемізмів. В них бачимо значну кількість цифрових даних, власних імен та назв, термінів, скорочень та абревіатур, атрибутивних груп, спеціальних кліше, абстрактної лексики, неологізмів.

Як продемонструвало дослідження, головними проблемами, з якими стикається перекладач у своїй роботі з подібними текстами, є відтворення: 1) термінології (особливо нової та вузькоспеціальної, яка не має відповідників в українській мові, або не зафіксована у словниках); 2) атрибутивних словосполучень (переважно тих, що складаються з трьох і більше компонентів); 3) власних імен і назв (зокрема локальних, які не зафіксовані у словнику, або екзотичних, які потрапляють в український переклад з мови-оригіналу через англійську мову, яка виступає своєрідним посередником), 4) абревіатур і скорочень (нових, локальних, не зафіксованих у словниках); 5) стилістичних засобів (до яких відносимо не лише власне стилістичні засоби, але й використання елементів високої та зниженої лексики, яка часто потребує нейтралізації у перекладі); 6) фальшивих друзів перекладача та багатозначних слів (переклад яких вимагає особливо вдумливого підходу від перекладача).

ПЕРЕДАЧА КОМІЧНОГО ЕФЕКТУ НА МАТЕРІАЛІ СЕРІАЛУ «КЛІНІКА»

Автор: студентка групи Ф113М Молчанова Л.В.
molchanova.lola26@gmail.com
Керівник: к.ф.н., доц. Чуча П. О.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка 16-б

Метою даного дослідження є за необхідне розглянути семантичну структуру комічного ефекту в оригіналі та способи його адекватної передачі українською мовою; зіставити їх з перекладом, і тим самим дати оцінку адекватності передачі цього прийому.

Для реалізації цієї цілі поставлені такі завдання:

- дати визначення поняттю «комічний ефект» як стилістичного прийому;
- вказати функцію цього прийому у розмовній мові;
- вказати головну спрямованість способу перекладу комічних ефектів (висловлювань);
- шляхом зіставлення оригіналу та перекладу виділити всі основні трансформаційні операції, які застосовував перекладач;
- дати оцінку адекватності передачі комічного ефекту і тим самим оцінити адекватність перекладу.

Актуальність даного дослідження полягає у тому, що у наш час більшість текстів необхідних для перекладу це художні фільми та інші аудіовізуальні тексти. Даний тип текстів як комунікативна система, влаштований інакше за письмовий текст. Тому проблеми дослідження особливостей перекладу саме таких змішаних текстів ще не достатньо вдосконалені. В аудіовізуальному тексті розмовний текст представляє собою розмовну мову. Проблема перекладу розмовної мови також ще не достатньо вдосконалена, тому що розмовна мова частково складається з визначених реакцій на ситуацію і не вистачає словників різної степені заниженості. Саме тому зіставленню цих словників сприяє матеріал аналізу перекладу художніх фільмів. Особливу роль відіграють популярні серіали, тому що якість їх перекладу впливає на стан національної мови. Комічні ефекти представляють собою головну частину будь якої розмовної мови. Вони мають свої особливості в розмовній мові аніж у художньому тексті. Саме тому, в даному випадку комічні висловлювання потребують додаткового дослідження. Все це зумовлює актуальність роботи.

Комічне – це одна зі складних філософсько-естетичних категорій, яка з давніх-давен є об'єктом дослідження філософії, естетики, психології, лінгвістики та соціології. Необхідно констатувати той факт, що чіткої теорії комічного досі не існує в силу розмитості кордонів і значної кількості близьких понять. Так, поняття «комічне», «комізм», «гумор», «сміх», «іронія», «каламбур» найчастіше розглядаються вченими як явища одного порядку або зовсім не розмежовуються. Це дослідження ґрунтується на твердженні, що термін «комічне» є гіперонімом по відношенню до терміну «гумор». Щодо форм комічного, то Л.І. Тимофєєв та Ю.Б. Борєв вважають сатиру і гумор основними формами комічного.

У даному дослідженні був проаналізований переклад кіно діалогів американського телесеріалу «Клініка» та виявлено види комічних ефектів, а також прийоми їх використання.

В результаті проведеного дослідження з'ясувалося, що при перекладі американських комічних ефектів на українську мову виникають певні труднощі. Перекладач може успішно виконати свою роль лише за умови, якщо він володіє обома мовами до найменших деталей так, що він визначає в тексті культурно значуще і знає, як він має висловити це в перекладі, він повинен знати культурний рівень реципієнтів, на яких розрахований мовний продукт. Таким чином, під час перекладу серіалів з англійської мови на українську на перекладача покладається завдання передати культурні та соціальні особливості вихідного тексту серіалу таким чином, щоб привабити якомога більшу кількість україномовних глядачів на якомога довший проміжок часу.

ОДИНИЦІ ПЕРЕКЛАДУ ХУДОЖНЬОГО ФІЛЬМУ-СЕРІАЛУ «ШЕРЛОК» НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ

Автор: студентка групи П-217М Нижник А.В.
eirrien@gmail.com
Керівник: д.філ.н., професор Кондратьєва Г. М.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Актуальність цієї роботи диктується необхідністю визначення точності поняття «одиниця перекладу» та стратегічного розгляду всіх її структурних і семантико-синтаксичних особливостей, визначенні особливостей кіно як комунікативної системи, а також особливостей передачі інформації у кінофільмі та художньому перекладі загалом. Кілька років тому було оголошено про обов'язкове переведення фільмів на телебаченні та кінотеатрах на державну мову, тому на даний час переклад кінофільмів українською мовою є одним з найпопулярніших засобів перекладу. Саме тому, вивчення специфіки кінематографічних одиниць перекладу допомагає виявити труднощі перекладу кінофільмів та його закономірні проблеми. А це, в свою чергу, дозволяє підвищити якість та адекватність перекладу.

При опрацюванні теми будо використано порівняльний метод (зіставлення англомовний фільмів та їх перекладу українською); аналітичний (аналіз та пояснення українських еквівалентів певним чинникам); комплексний метод (багатосторонній підхід до теми дослідження).

Розгляд одиниці перекладу як перекладацької проблеми допомагає вирішити протиріччя між прагненням бачити її як одиницю мови або як одиницю сенсу, незалежного від мовного вираження. Від того, наскільки «грамотно», правильно буде виділена сітка перекладацьких проблем, залежить якість перекладу. Аналіз того, як перекладач вирішує ці проблеми допомагає виявити стратегію перекладача. Залежно від обґрунтованості цих рішень для конкретного тексту можна робити висновок про адекватність перекладу. Одиниця перекладу дозволяє оцінювати якість перекладу і розрізняти еквівалентні фрагменти тексту від буквального і вільного перекладу. Так само одиниці перекладу дозволяють описувати техніку перекладу у вигляді перетворених слів, словосполучень, пропозицій мови оригіналу на мову перекладу і розподіляти отримані результати на різні рівна еквівалентності.

ПЕРЕДАЧА МОДАЛЬНОСТІ РОЗМОВНОГО МОВЛЕННЯ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ СЕРІАЛУ «МЕНТАЛІСТ»

Автор: студентка групи Ф-113М Перевало В.А.
Керівник: д.філ.н., професор Кондратьєва Г. М.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Метою роботи є дослідження різноманітних засобів вираження модальності під час перекладу серіалу «Менталіст»

Дана робота присвячена категорії модальності та засобам вираження модальності при перекладі з англійської мови на українську

Модальні дієслова- найвідоміший засіб вираження модальності. Засоби вираження модальності перекладаються за допомогою лексичного, фонетичного чи лексико- граматичного засобів вираження модальності. Модальність вважається найскладнішою для перекладу лексико-граматичною категорією для перекладу через те, зо вона дуже багатоаспектна та складна

Модальність – це відношення автора слів до навколишнього середовища. Воно може бути як позитивним, так і негативним. Модальність може бути суб'єктивною та об'єктивною.

Об'єктивна модальність є обов'язковою для висловлювання, а суб'єктивна є факультативною

Також існує логічна модальність. Логічна модальність полягає в ступені достовірності думок завдяки тому чи іншому різновиду судження.

Для перекладача головним є вміння знайти в тексті оригіналу саме те, що прагне передати автор, і вже певними засобами відтворити це.

У розмовному стилі перекладач має більшу свободу творчості і може різноманітними засобами зобразити дійсність.

Отже, перекладаючи будь-які твори, перекладач повинен бути обережним та уважним щодо формулювання речень та створення текстів. Адже лише зрозумілі для нас твори зможуть нам показати те, що хотів донести до читача іноземний письменник.

ІСТОРИЧНА РЕАЛІЯ В РОМАНІ ЛІОНА ФЕЙХТВАНГЕРА «ІУДЕЙСЬКА ВІЙНА» ЯК ПЕРЕКЛАДАЦЬКА ПРОБЛЕМА

Автор: студентка групи П-113М Северин К.Є.
pronina.xenija@gmail.com
Керівник: д.філ.н., професор Кондратьєва Г. М.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Киящка 16-б

Метою даного дослідження є виділити типи реалій-історизмів в тексті роману Ліона Фехйтвангера «Іудейська війна» та виявити способи створення історичної дистанції у перекладі на російську мову . Для реалізації мети були поставленні наступні завдання: Виділити на основі теми та художньої функції історичні реалії в романі та показати їх роль в створені образу історичної епохи Стародавнього Риму та Іудеї. Розглянути основні напрями в стратегії перекладу в передачі історичних реалій та належності їх до іншої епохи. Та на основі цього зробити висновки про основний напрям стратегії перекладача на архаїзацію чи модернізацію тексту.

В тексті роману особливості епохи, життя та побуту двох найбільших цивілізацій Іудеї та Стародавнього Рому передають реалії пов’язані з релігією, управлінням, військовими званнями та титулами. Головна задача реалій в романі не тільки передати віддалену від читача епоху, а й створити контраст між двома різними цивілізаціями, які знаходяться в союзі та конфлікті. При цьому дослідження спирається на розуміння реалії, які називають предмети побуту, культури та суспільства характерні для однієї культуру та чужі іншій, які становлять собою перекладацьку проблему.

При перекладі реалій враховується її призначення саме в художньому тексті, особливостями якого є естетична функція, образна інформація та додатково прирощена індивідуально-художня інформація. Реалії можуть брати участь у двох видах інформації художнього тексту – предметній та концептуальній. Вони виконують важливу роль в створені картини історичної епохи, але вони можуть також нести в собі головне концептуальне значення. Та одним із складовим останнього і є контраст та протистояння двох великих цивілізацій та одночасно їх прагнення до взаєморозуміння передане через долю головного героя.

Стратегії перекладу саме історичних романів будується між архаїзацією чи модернізацією. В перекладі тексту роману перекладач послідовно модернізує текст, постійно замінюючи реалії першими словарними відповідниками, які виявляються здебільшого сучасною лексикою. Водночас при перекладі використовує реалії, які не характерні для зображуваної культури. Послідовна модернізація тексту перекладу виявляється свідомою стратегією перекладача. Вибір більш сучасних реалій в якості відповідників має місце при перекладі майже всіх історизмів. Кожне окреме рішення в бік модернізації накопичуючись створює образ зовсім іншої епохи та неадекватну картину віддаленої епохи, що не було заплановано автором роману.

ОДИНИЦЯ ПЕРЕКЛАДУ АУДІОВІЗУАЛЬНОГО ТЕКСТУ НА ОСНОВІ СЕРВАЛУ «ГРА ПРЕСТОЛІВ»

Автор: студентка групи Ф-113(м), Саква К.В.
miss.katya.sakva@gmail.com
Керівник: к.ф.н., доц., Чуча П.О.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Мета дослідження полягає у тому, щоб виявити типи реалій і проаналізувати способи їх передачі на матеріалі серіалу «Гра престолів», та за мотивами книги Дж. Мартіна «Пісня льоду й полум'я».

Актуальність даної роботи зумовлена тим, що серед науковців, які досліджують проблему відтворення культурної специфіки тексту оригіналу при аудіовізуальному перекладі, немає єдності у визначенні основних способів перекладу реалій, і це викликає великий інтерес як вітчизняних так і закордонних лінгвістів.

Мова завжди була найбільш яскравою характеристикою етносу. Це дзеркало культури тієї чи іншої нації. Існують слова, в значенні яких міститься елемент, що відображає зв'язок мови та культури - культурний компонент семантики мовної одиниці. До таких слів і відносяться реалії.

Реалії - це слова, що позначають предмети і явища історії, побуту, державно-адміністративного устрою, географічні та етнографічні особливості, як реального, так і вигаданого світу, а також слова загальновживані, які носять культурно специфічний характер.

Одна з найголовніших проблем перекладу – передача реалій. Основна складність для перекладача - знайти еквіваленти в мові перекладу. Також важливою є необхідність передати не тільки семантику, а й колорит - національне та історичне забарвлення.

Реалія відноситься до таких одиниць мови, які неможливо чітко класифікувати. Класифікації реалій відрізняються у різних вчених, в залежності від того, зараховують вони до них ту чи іншу лексичну або фразеологічну одиницю. Однак, будь-яка класифікація відносна і не може претендувати на те, щоб окремі одиниці були остаточно закріплені за відповідними рубриками.

В ході дослідження було виявлено, що найбільш вживаними реаліями є ономастичні, етнографічні реалії, а також реалії державного устрою і суспільного життя. Це обумовлено великою кількістю дійових осіб у серіалі, а також його сюжетом, який описує подробиці фантастичного світу і подій, які в ньому відбуваються. Найпоширенішими способами перекладу реалій є транслітерація, транскрипція, калькування, описовий переклад, приблизний переклад.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ АУДІО ТА СУБТИТРОВАНОГО ПЕРЕКЛАДІВ

Автор: студентка групи Ф-117/м Салтан А. А.
anzhela.saltan@gmail.com
Керівник: к.філол.н., доц. Бережна М.В.
Відокремлений підрозділ ЗІЕІТ у м. Кривий Ріг, Україна, вул. Гетьманська 108

На сьогоднішній день кіноіндустрія є однією із найприбутковіших та найпопулярніших галузей у світі, з чого виникає потреба у якісному перекладі. Враховуючи обов'язковість дублювання, озвучення або титрування державною мовою всіх іншомовних кінофільмів, український переклад іноземної кінопродукції набуває дедалі ширшого масштабу.

Зважаючи на те, що кіно – це витвір мистецтва, який створюється певною культурою, воно може відображати певні традиції, уявлення про світ, цінності та історичні факти. Загалом переклад фільмів схожий на переклад художньої літератури, адже важливо не лише вдало підібрати лексику, але і зберегти індивідуальність авторського стилю. Оскільки переклад охоплює щонайменше дві мови і дві культурні традиції, перекладачі постійно вирішують проблему відтворення культурних аспектів, імпліцитно закладених у тексті оригіналу, які набувають різних форм у широкому діапазоні від лексики та синтаксису до ідеології і способу життя в певній культурі.

Адаптації художніх фільмів вимагають відмінного знання рідної мови. При перекладі реплік необхідно брати до уваги вік та культурний рівень того, хто говорить, образність і контекстуальне значення тексту. Перекладачеві також необхідно підкреслити колорит іншомовної культури, який відображено у специфічному гуморі, грі слів, розмовній лексиці, сленгу, інтонаціях героїв. Переклад аудіомедіальних текстів є більш вільним, ніж переклад художнього твору і має свої відмінні риси, які пов'язані як з лінгвістичними, так і з технічними труднощами, що може вплинути на якість перекладу. Лінгвістична система кінотексту включає в себе титри і надписи, усну складову, тобто вербальне мовлення акторів, пісні та закадровий текст.

Дубляж – є найскладнішим, але й найбільш прийнятним напрямом перекладу для глядачів. Адже при дубляжі здійснюється повна заміна іншомовного мовлення акторів. Також переклад має синхронізуватись с артикуляцією героїв та мімікою акторів. Саме такий напрям перекладу використовується в офіційних релізах, оскільки він має відповідати усім вимогам перекладу кінотекстів.

Закадровий переклад – є більш бюджетним варіантом, тому що озвучення може здійснюватися як кількома акторами (професійний), так і одним голосом (аматорський). При закадровому перекладі репліки акторів озвучення можна чути поверх оригінальної звукової доріжки. Тут також важлива довжина перекладеної репліки, але інколи перекладачі нехтують збереженням художніх прийомів та стилю, адже такий вид перекладу виконують у коротші строки. Закадровий переклад використовується переважно для телевізійних каналів.

Останній напрям перекладу кінотекстів – це субтитри, тобто текстовий супровід відео-матеріалу, який відображає мовлення персонажів у кадрі. Мова субтитрування має бути компактною через брак місця на екрані та через обмеження у часі. За вимогами субтитрування текст має складатися не більше як з двох рядків, кожен з яких не повинен бути більшим за 35 символів. Час показу субтитру – від ½ до 1½ секунд, що залежить від швидкості, з якою розмовляють актори в оригіналі. Більш релевантну інформацію подають у субтитрах, іншу глядач отримує безпосередньо з відеоряду. При субтитрованому перекладі слід уникати великої кількості слів, інакше глядачі будуть зайняті читанням субтитрів, а не переглядом самої стрічки. Тому у випадках зі швидкими діалогами, перекладачеві доводиться скорочувати переклад, внаслідок чого мова субтитрів є більш сухою та короткою в порівнянні з мовою оригіналу.

ЕКВІВАЛЕНТНІСТЬ ПЕРЕКЛАДУ МОВЛЕННЯ ОПОВІДАЧА ТА ПЕРСОНАЖІВ ХУДОЖНЬОГО ТВОРУ

Автор: студент групи Ф-227/м Уманський С.А.
s.a.umanskiy@gmail.com
Керівник: к.філол.н., доц. Бережна М.В.
Відокремлений підрозділ ЗІЕІТ у м. Кривий Ріг, Україна, вул. Гетьманська 108

Мовленнєва характеристика персонажів та мовленнєва манера оповідача — одна з найважливіших складових стилю літературного твору. Адекватна передача цих характеристик при перекладі необхідна для збереження художнього потенціалу авторського тексту. Формальні та стилістичні особливості, властиві мовленню персонажа або оповідача, складають його ідіолект, який у свою чергу є основою авторського ідіостилю.

Особливу роль у формуванні ідіолекту відіграє стилістично маркована лексика, тобто лексичні одиниці, що характеризуються здатністю викликати особливе стилістичне враження поза контекстом. Ця здатність обумовлена тим, що в значенні цих слів містяться не тільки предметно-логічна (відомості про позначуваний предмет) інформація, але й додаткова (непредметна) — конотації.

Хоча в лексикології немає єдиної класифікації стилістично забарвленої лексики, проте в якості загальноприйнятої вважається підрозділ стилістично забарвленої лексики на емоційно-експресивну і функціонально-стилістично забарвлену.

Емоційно-експресивні конотації пов'язані з вираженням ставлення до предмету, його оцінкою. За емоційно-експресивною приналежністю слова можна розділити на дві групи: 1) меліоративні, тобто ті, що виражають позитивну оцінку об’єкта; 2) пейоративні, що виражають негативне ставлення до об’єкта. Так, дослідник М.П. Брандес виділяє серед емоційно-забарвлених слів наступні категорії: емоційно-оціночні слова, оцінне значення таких слів становить компонент семантичної структури слова; емоційно-образні слова, оцінне значення яких характеризується конотативністю. Особливість емоційно-оцінної лексики полягає в тому, що емоційне забарвлення «накладається» на лексичне значення слова, але не зводиться до нього, номінативна функція ускладнюється оціночністю

В інформації, що міститься в лексичних одиницях, можуть не тільки виражатися експресивно-емоційні конотації, але і відбиватися вплив різних екстралінгвістичних (стилеутворюючих) факторів. Так само в інформації закладені й історично сформовані характеристики самого слова, які містяться в деяких лексичних одиницях (вульгарне, непристойне, застаріле і т.п.), причому одна і та ж лексема може поєднувати різні характеристики.

При відтворенні художнього твору перекладач ставить перед собою мету не лише адекватно передати сам текст, а й відтворити систему виразних засобів, індивідуальний стиль автора, а також відобразити основні риси художнього твору. При цьому перекладний текст характеризується рядом специфічних властивостей, що відрізняють його від оригінального художнього твору. Специфіка перекладеного тексту проявляється в основному в порівнянні його з оригіналом. Вона виражається у смислових відмінностях окремих лексичних одиниць, а також у стилістичних зрушеннях, які, як правило, є невід'ємною частиною перекладу художніх текстів у силу відмінностей системи стилістичних властивостей вихідної мови і мови перекладу.

Категорією, яка за визначенням відсутня в оригіналі, але властива перекладу будь-якого рівня, стилю, жанру і типу, є адекватність перекладу, яка полягає у збереженні як інформативної, так і стилістичної складової тексту. Це досягається вибором різних перекладацьких стратегій і перекладацьких прийомів, основою більшості яких є трансформації, тобто різні види перетворень, які здійснюються в умовах відсутності можливості перекладу за міжмовними паралелями.

МОВЛЕННЄВА ХАРАКТЕРИСТИКА СТІВА ДЖОБСА В ОРИГІНАЛІ І ПЕРЕКЛАДІ

Автор: студентка групи Ф-227/м Упіренко О.В.
milleraleksandra121@gmail.com
Керівник: доц. Давиденко Н.І.
Відокремлений підрозділ ЗІЕІТ у м. Кривий Ріг, Україна, вул. Гетьманська 108

Мовленнєва характеристика – засіб художнього зображення, що полягає у підборі особливих для кожної дійової особи літературного твору слів, висловлювань і мовленнєвих зворотів, – привертає увагу лінгвістів, адже мовлення людини відіграє найважливішу роль при формуванні її образа в оточуючих. В роботі сприймаємо мовленнєвий портрет дещо ширше, як поєднання лінгвістичних елементів будь-якого рівня, характерних для мовлення Стіва Джобса. Дослідження виконано на основі біографічного роману, а саме на уривках інтерв'ю різних років, які належать як самому С. Джобсу, так і його рідним, друзям, діловим партнерам, конкурентам і ворогам.

В мовленні розкриваються особистісні орієнтири, які зумовлюють зміст і предмет мовлення людини, що у свою чергу, відображається у ключових словах і фразах. Розповідь про те, що цікавить людину, є лексично багатшою й емоційно виразнішою. Образному типу мислення відповідає образне мовлення, понятійному – узагальненість, логічність. Стиль мовлення демонструє особливості розумової та професійної діяльності людини, її соціальне положення та загальнокультурний рівень. Мовлення нерозривно пов'язане із здатністю людини сприймати інформацію, що надходить від оточуючих. Уважний слухач здатен зрозуміти спрямоване до нього мовлення і адекватно реагувати, неуважний – погано розуміє зміст повідомлення, виокремлює тільки те, що для нього становить інтерес, не помічаючи того, що об'єктивно є важливим, але не значимим для нього. В мовленні також знаходять відображення морально-вольові якості людини. Нерішучість, пошана, зухвалість, повага, як й інше ставлення та емоції людини розкриваються через лексику та емоційно-стилістичне забарвлення мовлення. Емоційно-виразне мовлення – найбільш дієвий засіб, здатний вплинути на оточуючих.

В досліджуваному романі С. Джобс говорить відверто, іноді навіть різко. У його мовленні спостерігаємо відображення його світогляду, професіоналізму, вподобань, перфекціонізму, нав'язливих ідей, лідерських якостей, і маніакальної потреби в контролі, які сформували його підхід до роботи і ведення бізнесу. Окремо досліджується феномен «поля викривлення реальності» С. Джобса і мовленнєві засоби його реалізації.

Створюючи образ С. Джобса, Волтер Айзексон використовує експліцитні засоби і прийоми, до яких відносимо пряму вказівку на риси характеру, вік, національність, професію, освіту, соціальний статус і т. ін. Імпліцитні засоби – ширші, серед них використання в мовленні самого С. Джобса різноманітних стилістичних прийомів, стилістично-забарвленої лексики, і засобів, що вимагають від читача/глядача додаткової фонової інформації для їх інтерпретації (алюзії, прецедентні тексти та імена і т.д.). Сам по собі вибір мовленнєвих форм для вербального спілкування містить достатньо повну інформацію щодо особистості головного героя роману.

Необхідність збереження мовленнєвої характеристики в перекладі вважається само собою зрозумілою і входить до задач повноцінного перекладу. Дослідники вбачають певні складнощі лише із відтворенням периферійних явищ, оскільки передбачать тут неминучі втрати інформації, що частіше за все стосуються культурно-історичних чи соціальних конотацій прагматичного значення. Наявність семантичної еквівалентності між оригіналом і перекладом на рівні тексту дозволяє застосовувати функціональне відтворення проявів варіативності мови, відтворюючи втрачені аспекти змісту оригіналу за допомогою компенсації.

ФУНКЦІОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОДНОСКЛАДНИХ РЕЧЕНЬ

Автор: студентка групи Ф-228-м Цехова Т. В.
tanya.tsehovaya@gmail.com
Керівник: ст.викл., доц. Давиденко Н. І.
Відокремлений підрозділ ЗІЕІТ у м. Кривий Ріг, Україна, вул. Гетьманська 108

Проблема односкладних речень упродовж довгого часу турбує лінгвістів різних напрямків та викликає багато суперечок щодо їхнього існування взагалі.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що до останнього часу у сучасній лінгвістиці не було представлено комплексного рішення, спрямованого на вивчення особливостей функціонування односкладних речень в романі В. Сарояна "Людська комедія".

Метою роботи є дослідження особливостей функціонування односкладних речень в англомовному художньому тексті.

Завдання дослідження – обґрунтувати поняття речення в лінгвістиці; дослідити відмінності в побудові речень в англійській та українській мові; окреслити загальні аспекти вивчення односкладного речення та розглянути його типологію; висвітлити особливості називних односкладних речень в романі В. Сарояна "Людська комедія"; проаналізувати функціонування виявлених у даному матеріалі односкладних речень.

Односкладні речення – цілком самостійні синтаксичні одиниці, які мають широкі виражальні можливості і специфіку уживання в усіх стилях мовлення. На сучасному етапі розвитку синтаксису такі речення розглядаються як тип простих речень, структурно-предикативна основа яких ґрунтується на функціонуванні єдиного поширеного або непоширеного залежними компонентами головного члена, що виступає засобом вираження предикативності. Сучасні дослідники синтаксису поряд із терміном "односкладні" допускають функціонування терміну "одноядерні речення", та поділяють їх на одноядерно-двокомпонентні і одноядерно-однокомпонентні

У синтаксичній традиції односкладні речення класифікуються за морфологічними ознаками головного члена речення та за їх семантикою. За формою головного члена виділяються чотири типи односкладних конструкцій: називні, адвербіальні, ад'єктивні та дієслівні односкладні речення.

У називних односкладних реченнях головний член стверджує наявність предметів чи явищ і виражається іменником у формі називного відмінка. Від інших типів односкладних речень вони відрізняються тим, що в них немає і не може бути дієслова. Питальні слова-речення служать для прискорення викладу думки, її уточнення, спонукання співрозмовника до роз'яснень. Емоційно-оцінні слова-речення служать для вираження різних почуттів.

У дієслівних односкладних реченнях головний член виражається дієсловом і має ознаки присудка. Головна увага в таких реченнях зосереджується не на виконавцеві, а на самій дії. Такі структури виконують різноманітні функції: допомагають розкрити внутрішній світ героя, створити атмосферу щирої довірливої розмови.

Дієслівні односкладні речення надають повідомленням динамічності і лаконічності.

Головне завдання ад'єктивних речень – давати емоційну оцінку. Ці речення із предикативною функцією служать також для назви або уточнення (так звані "суб'єктивні прикметники"). Це короткі елементи, які виражають ставлення автора або персонажа твору до події, явища, тощо. До групи адвербіальних речень входять речення з оцінюючим прислівником або окличні. До односкладних адвербіальних речень можна віднести також речення з вираженням згоди або незгоди.

Можна зробити висновок, що односкладні речення на сьогодні стали нормою життя в щоденному побутовому спілкуванні, значна частина односкладних речень стала невід'ємним складником індивідуального авторського стилю низки англомовних письменників.

ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ МІЖМОВНИХ ОМОНІМІВ В НАУКОВИХ ТЕКСТАХ

Автор: студентка групи Ф-113М Чернухіна А.В.
aspoland5@gmail.com
Керівник: д.філ.н., професор Кондратьєва Г. М
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кіяшко 16-б

Унаслідок розвитку міжмовних зв'язків інтернаціоналізми почали широко використовуватися в різних стилях мови. При цьому вони набувають нових значень, відмітних від мови оригіналу. Існує багато словників «помилкових друзів перекладача», але проблеми під час їх перекладу все ж таки виникають.

Тема міжмовних омонімів досліджується багатьма теоретиками, такими, як Т. Р. Левіцька і А. М. Фітерман, Н. А. Читаліна, які розглядають вживання інтернаціоналізмов в текстах публіцистичного стилю; у науковому стилі проблеми перекладу інтернаціоналізмов розглядали В. Н. Комісаров, А. Л. Пумпянський і Р. Ф. Проніна. У даній статті продовжується робота в напрямку наукових текстів.

Мета даної роботи: виявити характер семантичних розбіжностей міжмовних омонімів в англійській і російській мовах і визначити головні прийоми їх перекладу;

Для досягнення поставленої в роботі мети необхідно вирішити наступні завдання:

- проаналізувати теоретичний матеріал з метою визначення місця міжмовних омонімів серед інтернаціональної лексики;

- вивчити характер семантичних розбіжностей в різних мовах.

- вивчити відмінності мовних пар науково-технічної літератури і досліджувати основні причини складнощів перекладу «помилкових друзів перекладача».

- вивчити особливості перекладу інтернаціональних слів.

У даній роботі було проведено дослідження проблеми перекладу міжмовних омонімів науково-технічної літератури.

Для наукової літератури характерні інтернаціоналізми - слова, співпадаючі формою, які запозичуються з іншої мови. Серед них на ряду з термінами і номенклатурними словами виділяють міжмовні омоніми - слова, які співпадають формою, але розходяться за значенням, і які прийнято називати нестрогим терміном «помилкові друзі перекладача». Вони можуть мати розбіжності по денотативному, конотативному і стилістичному компоненту значення. Залежно від характеру розбіжностей, при перекладі російською мовою міжмовних омонімів використовуються відповідні прийоми. Не дивлячись на схожу форму слова, вони викликають труднощі при перекладі.

В ході даного дослідження були виділені наступні закономірності перекладу загальнонаукової лексики: 1) спеціалізація англійської інтернаціональної лексики при перекладі на російський; 2) варіантна відповідність англійської інтернаціональної лексики в науково-технічних текстах при перекладі на російський; 3) стилістична нейтралізація стилістично забарвлених лексичних засобів в англо-російському науково-технічному перекладі. Дані закономірності дають загальний підхід до перекладу лексики.

НАЗВИ АМЕРИКАНСЬКИХ КІНОФІЛЬМІВ ТА СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ НА УКРАЇНСЬКУ ТА РОСІЙСЬКУ МОВИ

Автор: студентка групи Ф-113М Шапошнік Я. О.
Керівник: д.філ.н., професор Кондратьєва Г. М
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кіяшко 16-б

Назва фільму у стислої мовної формі представляє художній фільм ї як продукт для продажу, ї як витвір мистецтва. Назва фільму виконує водночас рекламну функцію - заохотити глядача дивитися фільм, та естетичну функцію, слугувати представником саме художнього тексту, у якому виконання естетичної функції породжує багатозначну, імпліцитну образну інформацію, яка потребую творчих зусиль глядача для розпізнання образів та встановлювання їх системних зв'язків.

Назва художнього фільму актуалізує всі текстові категорії , в головну чергу категорії зв'язності, цільності та членування тексту. Назві фільму надає значення як відео ряд, так і вербальний текст фільму, а також представлені в них змістовна інформація - перебіг подій та герої, сюжет та місце дії - та концептуальна інформація - головна ідея фільму, особливий кут зору під яким все це показано.

Надважливої функцією назви є актуалізація концепту художнього фільму. Це своє призначення назва може виконати тільки в нерозривному зв'язку з цілим, повністю завершеним кіно текстом. Тому, попри компресію змісту та стислу форму, назва є багатозначною, вона є «образом», тобто висловлюванням в котрому над узуальним, словниковим значення мовних одиниць надбудовується індивідуально - художнє значення.

Назва фільму стає багатозначної через процес сприйняття глядачем фільму та відтворення його концепту, який позначений категоріями проспекції та ретроспекції. При першому знайомстві з назвою фільму, глядач формує певну установку на сприйняття всього фільму, та надає , спираючись на свої попередні знання, смислу назві. Після перегляду фільму, від отримує біль поширений або зовсім інший смисл його назви.

Таке розширення значення рухається у двох напрямках. Значення назви фільму поширюється, вона виявляється асоціативно зв'язаною з іншими ситуаціями фільму, тобто цій зв'язок має символічний характер. При тому об'їм значення слів, які складають назву, не змінюється.

Втім, ретроспективне сприйняття може ускладнювати семантичну структуру назви, додавати їй інших компонентів змісту. Так слова, що складають назву можуть виявиться ключовими, або у них актуалізуються одночасно різні значення. Саме таки назви є стають проблемами перекладу і саме вони були відібрані як приклади для зіставного аналізу відношень між оригіналом та перекладом.

Прагматична адаптація в перекладі назв американських фільмів має місце при усіх його головних напрямах: вибору закономірного або варіантного відповідника, створення власного відповідника за допомогою перекладацьких трансформацій та прийомів, повна заміна назви. Зіставний аналіз російських та українських перекладів поміг виявити головні стратегії перекладачів.

Допоміжна роль вербального тексту в кінофільмі, а також , зумовлена технічними факторами, його самостійність та автономність складають враження про його повну незалежність від відео ряду і, як наслідок, про можливість перекладати назву фільму без урахування його змісту.

Тому більшість перекладів нехтує не тільки можливістю збереження значень ключових слів та системи образів фільму, та навіть необхідністю передати сюжет та перебіг подій. У більшості випадків назва фільму у перекладі виявляється ніяк не пов'язаною зі змістом фільму.

Масовий характер кіно передбачає його направленість водночас на різні типи глядачів - від наївного до естетично розвинутого, викликає у кожного своє естетичне враження - від зацікавленості сюжетом, подіями та характерами до відтворення системи образів та концепту. Однак російський та українські переклади вибирають саме наївного глядача, залишає без уваги художні якості фільму. Отже у більшості випадків перекладацький варіант назви становиться незмістовною позначкою, на кшталт номеру, або яскравої упаковки, яка допомагає розрізняти один товар від іншого, але ні як не пов'язана з його художнім змістом.

СЕКЦІЯ - 2

ЕКОНОМІКА

Голова - д.е.н., проф. Левицький С.І.

Співголова - к.е.н., доц. Шляга О.В.

АНАЛІЗ МОДЕЛЕЙ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Автор: студент групи ЕК-113М Богданов М.Ю.
misha.bogdanov.97@gmail.com
Керівник: : доцент Солодухін С.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Поняття фінансово-економічної безпеки є комплексним та охоплює практично всі функціональні області діяльності підприємства, та при оцінці економічної безпеки ряд положень оцінки знаходяться у певному зв'язку з окремими видами діяльності підприємства. Це стосується, перш за все, формулювання стратегічних інтересів підприємства та їх кількісній інтерпретації. Ці положення оцінки економічної безпеки відносяться до області стратегічного управління підприємством, і якщо на підприємстві розроблені й прийняті до реалізації відповідні функціональні стратегії (інноваційна, ресурсна, інвестиційна, маркетингова), то їх цілі повинні кореспондуватись з формулюванням стратегічних інтересів підприємства до функціональних областей діяльності, які розглядаються, а показники, які характеризують цілі стратегії, повинні відповідати кількісній оцінці стратегічних інтересів підприємства. Встановлення такої відповідності є дуже важливим, оскільки тільки з його допомогою забезпечується єдність методичної бази організації управління підприємством. Орієнтація системи управління підприємством на забезпечення фінансово-економічної безпеки припускає, що управлінські рішення, які приймаються керівниками структурних підрозділів підприємства, розглядаються та отримують оцінку з точки зору їх впливу на економічну безпеку підприємства як в теперішній час, так і на перспективу.З метою досягнення найвищого рівня економічної безпеки підприємство має проводити роботу по забезпеченню максимальної безпеки функціональних складових своєї роботи.

Забезпечення економічної безпеки підприємства припускає виділення, аналіз та оцінку існуючих загроз по кожній з функціональних складових та розробку на їх основі системи протидіючих заходів. Економічна безпека підприємства складається з функціональних складових, які для кожного конкретного підприємства мають різні пріоритети в залежності від характеру існуючих загроз. Складові ЕБП, на яких буде зосереджено нашу увагу, наведені на рис. 1.

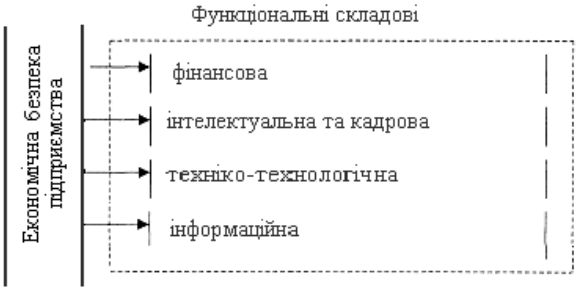

Рисунок 1 – Функціональні складові економічної безпеки підприємства

Структура функціональних складових відповідає структурі механізму забезпечення економічної безпеки підприємства: фінансова складова для досягнення найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів; інтелектуально-кадрова складова для збереження та розвиток інтелектуального потенціалу підприємства; техніко-технологічна складова для управління ступенем відповідності застосовуваних на підприємстві технологій сучасним світовим аналогам щодо оптимізації витрат ресурсів; інформаційна складова як ефективне інформаційно-аналітичне забезпечення господарської діяльності підприємства.

Результати функціонування всієї економічної системи залежать та визначаються результатами (кількісними та якісними) функціонування всіх функціональних складових підсистеми.

З огляду на відсутність належної теоретико-методологічної бази діагностики рівня економічної безпеки функціонування підприємств та вагомість цієї проблеми в роботі запропонована методика оцінки економічної безпеки суб'єктів господарювання, що ґрунтується на комплексному, багатофакторному підході. Оцінку рівня безпеки рекомендовано здійснювати на основі розрахунку сукупного критерію через вагування (оцінку значущості) та сумування окремих функціональних критеріїв.

АСПЕКТИ МОДЕЛЮВАННЯ ДИНАМІКИ ЗОВНІШНІХ ІНВЕСТИЦІЙ

Автор: студент групи ЕК-113М Галушко В.С.
vizium95@gmail.com
Керівник: : доцент Мержинський Є.К.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Киящка 16-б

Актуальність даної теми полягає у тому, що бізнес – невід'ємна складова ринкової системи господарювання, основа її сталого розвитку, оскільки це найбільш динамічна, гнучка форма економічного буття. Саме завдяки бізнесу відбувається формування конкурентного ринкового середовища, становлення середнього класу, вирішення проблем зайнятості населення тощо. У низці джерел зазначається, що в Європейських країнах, Китаї та США частка малих і середніх підприємств в економіці досягає 50-60%, кількість малих підприємств на тисячу населення наближається до 30. В Україні частка малого бізнесу поки що не перевищує 15% ВВП, кількість малих підприємств на тисячу осіб складає близько 7 підприємств.

Об'єктом дослідження є розвиток підприємництва в Україні та інструменти його підтримки.

Предметом дослідження є методологічні положення та відповідний інструментарій економіко-математичного моделювання розвитку підприємництва й аналізу дієвості інструментів його підтримки.

Важливим є концептуальний аналіз основних тенденцій і закономірностей розвитку малих підприємств, які використовують кредитно-інвестиційний ресурс. Як правило, дослідження цих проблем обмежуються якісними методами аналізу, тоді як складність даних задач вимагає кількісних методів, зокрема методів економіко-математичного моделювання, адаптованих до специфіки об'єктів, що розглядаються — малих підприємств. Метою роботи є розглядання різних аспектів моделювання динаміки зовнішніх інвестицій у розвиток підприємництва в Україні, що є необхідною умовою вирішення загальнодержавної соціально-економічної проблеми - створення сприятливих умов для розвитку бізнесу.

Величина стартового капіталу в значній мірі визначається низьким рівнем добробуту українських підприємців, що вирішили розпочати власну справу і тому недостатня для ефективного функціонування підприємства.

Його внутрішні джерела розвитку (прибуток, амортизаційні відрахування, різні резервні і страхові фонди) теж не завжди можуть розглядатися в якості серйозної фінансової основи.

Одним з джерел фінансування є державна підтримка, яка, проте, не є суттєвою і не завжди доходить до конкретного підприємства. Пряме кредитування малих підприємств — це прерогатива банків і інвесторів. Завдання держави — стимулювати процес пільгового кредитування малих підприємств і створювати для нього умови. Наприклад, в Німеччині в рамках "Програми допомоги по створенню власного капіталу" здійснюється пільгове кредитування підприємств. Кредит видається на пільгових умовах на строк до 20 років і гаситься наступним чином: в перші три роки відсотки не вираховуються зовсім, на четвертий встановлюється ставка в 2%, на п'ятий — 3%, на шостий — десятий роки — по 5%. На 10 років, що залишилися, розмір відсоткової ставки може бути змінений. Ще один напрямок державної підтримки — державне страхування позик.

Комерційний банк аналізує, вивчає діяльність потенційного позичальника, визначає його кредитоспроможність, прогнозує ризик неповернення кредиту і приймає рішення про надання або відмову у наданні кредиту. Кредитоспроможність — це здатність позичальника в повному обсязі і у зазначений кредитною угодою строк розрахуватись зі своїми борговими зобов'язаннями. Кредитоспроможність позичальника в кожному конкретному випадку можна визначити за відомими методиками.

Інвестиційний клімат, що склався в Україні, не сприяє кредитуванню малих підприємств. Комерційний кредит недоступний, тому що мале підприємство — сфера підвищеного ризику і банки неохоче йдуть на його кредитування. Перепоною для використання кредиту є висока ставка відсотку, невеликий строк і проблема забезпечення для малих підприємств. Проте банківська система, яка акумулювала значні кошти, є основним потенційним постачальником фінансово-інвестиційного ресурсу, тому виникає питання доступності кредиту для малих підприємств, надання їм пільг.

СХЕМА ФОРМАЛІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Автор: студент групи ЕК-113М Лях Б.Д.
fradvardorgest@gmail.com
Керівник: : доцент Солодухін С.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Кризовий стан більшості підприємств України і спроби знайти вихід з нього все частіше висувають питання специфіки антикризового управління. Головне в антикризовому управлінні — забезпечення умов, коли фінансові ускладнення не можуть мати постійний, стабільний характер. Процес управління прийнято визначати як послідовність дій, які могли бути здійснені та які формують управлінський вплив. У системі антикризового управління виділяють функції антикризового управління: визначення цілей, планування,
Головною метою антикризового управління є забезпечення міцного стану на ринку і стабільно стійких фінансів компанії при будь-яких економічних, політичних і соціальних метаморфозах у країні. Отже, воно повинно бути здатним вирішувати найрізнопланівіші і різнобічні завдання.
В основі антикризового управління лежить процес постійних та послідовних нововведень у всіх ланках та областях дій підприємства, воно націлюється на те, що навіть у самій складній господарській ситуації, у якій виявилося підприємство, можна було ввести в дію такі управлінські та фінансові механізми, що дозволили б вибратися з труднощів з найменшими для підприємства втратами.
У сучасній науковій літературі відсутня єдність поглядів на процес антикризового управління підприємством, тобто послідовність дій, які повинні бути здійснені з метою виведення його зі стану кризи. У окремих дослідників послідовність процесу антикризового впливу взагалі не формалізується, та тільки з логічного викладення матеріалу можна зробити необхідні висновки стосовно причинно-наслідкових зв'язків, які існують між окремими напрямами (блоками, етапами) роботи.
Антикризове управління підприємством має здійснюватися поетапно та передбачати послідовність дій. Виділяють 8 етапів побудови концептуальної моделі процесу антикризового управління підприємством:

1 етап - діагностика кризового стану і загрози банкрутства підприємства;

2 етап - визначення мети і завдань антикризового управління;

3 етап - визначення суб'єкта антикризової діяльності;

4 етап - оцінка часових обмежень процесу антикризового управління, які визначаються часом, наявним у підприємства до порушення справи про банкрутство і адміністративного обмеження повноважень існуючого керівництва;

5 етап - оцінка ресурсного потенціалу антикризового управління;

6 етап - розробка антикризової програми підприємства, яка являє собою обґрунтовану сукупність заходів, що мають бути вжиті для досягнення визначених цілей та задач антикризового управління;

7 етап - впровадження антикризової програми і контроль за її виконанням;

8 етап - розробка і реалізація профілактичних заходів щодо запобігання повторенню кризи.

Можливість та необхідність антикризового управління визначається в контурі аналізу та діагностики кризової ситуації. Використання новітніх результатів науково-дослідних робіт, відкриттів і винаходів для виробництва й експорту високоефективних наукомістких виробів, технологій і послуг, ретельне і всебічне вивчення стану і перспектив кон'юнктури ринку, збір і обробка інформації про реальні потреби споживачів, активний вплив на ринок, на сформування його потреб і стимулювання збуту та таке інше, все це характеризують блоки формування системи базисних характеристик внутрішнього і зовнішнього середовища, експрес діагностика поточного стану підприємства, загальні цілі, задачі, критерії ефективності діяльності підприємства, що і випливають в блок розробка стратегій антикризового управління підприємством.

ОПТИМІЗАЦІЯ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ: МЕТОДИ ТА МОДЕЛІ

Автор: студент групи ЕК-113М Матвійченко М.С.
matviychenko31095@ukr.net
Керівник: : професор Левицький С.І.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Двадцять перше століття, спонукало банківську галузь змінитися під впливом технічного прогресу. Останні важкі часи, які прийшлись на долю України, спонукали державу більш детально розвинути банківську сферу для збільшення балансу банків та розвиток конкуренції в цій самій сфері. На сьогоднішній час в Україні 2018 року, банкіри 65-ти банків кажуть, що необхідність в кредитних коштах зросла до 78,5%, а ризики збільшаться на 44,5%. Це спонукає поглибитись в вивчення проблем формування, оптимізації та управління кредитним портфелем комерційного банку. Актуальність даної проблематики визначається такими факторами:

1. Кредитування акумулює вільний капітал, тим самим забезпечує перелив капіталу, що є нормальним відтворювальним процесом.

3. Якщо не прорахувати (змоделювати) кредитні ризики, то неповернення кредиту, як один з вирішальних факторів, може погіршити стан банку;

4. Ефективність кредитної діяльності залежить від якості кредитного портфеля комерційного банку.

Теоретико-методологічні проблеми управління кредитним портфелем розглядаються в спеціалізованій літературі. Такі вітчизняні науковці, як Білий Л.П., Ларіонов І.В., Купчинський В.А. розглядають управління портфелем у цілому та не заглиблюються в розгляді питання кредитного портфеля комерційного банку. Дивлячись на зарубіжних на зарубіжних авторів, серед них можна виділити Сінки Джозеф мл., Кох Т., Мак Нотон Д., Роуз П., Дж. Сінки, Боуден Е.В.

Відсутність концептуальних робіт, які присвячуються оптимізації кредитного портфеля в сфері українського банкінгу призводить нас, до самостійного вивчення, аналізу і синтезу даної проблематики.

Мета роботи в дослідженні і виявлення сутностей кредитного портфеля комерційного банку, систематизація загальних принципів, підходів і методів кредитування, роль у формуванні кредитного портфеля комерційного банку, шляхи оптимізації та комбінації, які дозволяють оптимізувати процес управління кредитним портфелем. Це забезпечується шляхом виконання наступних завдань: розкрити сутність та класифікацію кредитного портфеля банку; знайти концептуальні основи, щодо формування кредитного портфелю комерційного банку; розглянути та узагальнити вже існуючі методології в формуванні та оптимізації кредитного портфеля; сформулювати принципи, запропонувати та розробити модель по оптимізації кредитного портфелю комерційного банку.

Теоретична і практична значущість роботи полягає в найголовніших положеннях і висновках, які можуть бути використані для розвитку теорії кредитного портфеля комерційного банку.

В ході вивчення проблематики оптимізації було виявлено, що на кредитний портфель впливають різні види банківських ризиків. Для цього потрібно виявити внутрішні та зовнішні ризики, оцінити завдяки CaR-підходу, застосувати диверсифікацію, як основний інструмент зниження ризиків. (він в свою чергу поділяється на форми асортименту, галузеву, територіальну, диверсифікація по позикам, тривалості, валюті, забезпеченню, використання кредитних коштів).

Для цього були розглянуті такі моделі формування та оптимізації, як Модель оптимального формування кредитного портфеля Гаррі Марковіца; Модель оптимального формування кредитного портфеля Д.Маршалла та їх більш сучасні варіації.

Якщо взяти практичне обґрунтування висновків і пропозицій, які ми зробили в ході дослідження і написання роботи, то вони полягають в можливості використання їх комерційними банками при організації кредитної діяльності, формування і управління кредитного портфеля. Так само при цьому є можливість аналізу ефективності управління.

АНАЛІЗ МОДЕЛЕЙ ПРОГНОЗУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ФОНДОВИХ РИНКІВ

Автор: студентка групи ЕК-113М Панасейко С.В.
sophiya.mila@gmail.com
Керівник: : професор Левицький С.І.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

У сучасному світі все з більшою гостротою проявляється інтерес до якісного прогнозування фондових ринків. Це пов'язано зі швидкими розвитком високих технологій і, відповідно, з появою нових інструментів аналізу даних. Однак, той технічний аналіз, яким звикли користуватися більшість учасників ринку, не завжди є ефективним. Прогнози на основі експоненційних змінної середньої, осциляторах і інших індикаторах не дають відчутний результат, тому що економіка часто буває ірраціональна, бо рухома ірраціональними мотиваціями людей.

Метою роботи є аналіз моделей прогнозування економічних показників фондового ринку, визначення їх дієвості. Завдання роботи полягає у визначенні основних структурних елементів фондового ринку та знаходження шляху їх прогнозування.

У даній роботі предметом дослідження показники найбільших світових компаній з різних галузей економіки:

Теоретичною та методологічною базою наукової роботи є праці вітчизняних і зарубіжних учених у сфері аналізу й прогнозування фондових ринків. У роботі використано сукупність методів та підходів: статистичний аналіз – в дослідженні стану розвитку фондового ринку; системний аналіз – при визначенні теоретичних та методичних підходів в розвитку систем генерації показників фондового ринку; економіко-математичне моделювання – при побудові моделей оцінки розглянутих компаній; абстрактно-логічний підхід – при формулюванні висновків і теоретичному узагальненні результатів дослідження.

Стабільність зростання доходності цінних паперів фондового ринку за останні десятиліття дозволяла інвесторам множити прибутки, використовуючи традиційний інструментарій технічного аналізу статистичних даних, що на той час було адекватним до закономірностей змін фінансових показників в умовах мінливої економіки. При нестабільності фінансових ринків у період кризи дані інструменти виявились недостатньо ефективними, що спричинило необхідність модифікації торгових стратегій, які б забезпечили достатній рівень прибутку для учасників фондового ринку при збільшенні волатильності та ризиків вкладів в активи. Необхідність врахування цих сценаріїв в ході роботи на фондовому ринку потребує подальшого вдосконалення методів й інструментів підтримки прийняття інвестиційних рішень, що й визначає актуальність теми дипломного дослідження.

Більшість авторів розглядали фінансові ринки в період їх стабільного розвитку. Питання прийняття рішень на фондових ринках в умовах значної волатильності прибутків й ризиків цінних паперів, що притаманні періодам нестабільності, не отримали належного освітлення в наукових роботах. Разом з тим, в умовах нестабільності фінансового ринку інструментальні засоби підтримки прийняття рішень можуть давати помилкові сигнали щодо покупки чи продажу активу, а раніше прибуткові алгоритми торгівлі – призводити до значних втрат.

Недостатня розробленість проблематики побудови універсальних формалізованих торгових стратегій і відповідних їм торгових систем, що можуть бути застосовані в умовах стабільної й нестабільної поведінки фондового ринку, визначила актуальність даних досліджень та їх результати.

ПІДХОДИ ДО МОДЕЛЮВАННЯ ОЦІНКИ ЛІКВІДНОСТІ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Автор: студент групи ЕК-113М Пєтков А.Д.
petkovanton7@gmail.com
Керівник: : доцент Мержинський Є.К.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Суть кібернетичного підходу до побудови ефективної системи фінансового менеджменту підприємницької діяльності українських комерційних банків полягає в управлінні доходами і витратами (бюджетом) банку з урахуванням сучасних моделей та методів управління. Для реалізації подібної системи необхідно розкласти бюджет установи банку на бюджет продукту і бюджет клієнта. Система фінансового менеджменту заснована на діалектичному розумінні цілого і частини і може бути представлена у вигляді ланцюжка одиниць управління: клієнт - продукт - філія - банк. Розукрупнення одиниць управління необхідно для розкриття та обліку всього різноманіття факторів, що впливають на структуру та рівень доходів і витрат комерційного банку, для прийняття об'єктивних управлінських рішень, зокрема, згідно критерію оптимізації ліквідності.

Таким чином, бюджетування є основним методом фінансового менеджменту підприємницької діяльності комерційного банку, за допомогою якого здійснюється планування, організація і контроль цієї діяльності, а також прогнозування кінцевих результатів за період. Система бюджетування включає в себе, крім складання бюджетів усіх рівнів, аналіз причин відхилень від розроблених бюджетів і планового рівня показників. Ця система дозволяє проводити точне управління ліквідністю балансу, проводити відповідну встановленим цілям політику розміщення активів, вживати заходів щодо корекції рівня ставок і обсягів залучених коштів. При зіставленні бюджетів діяльності різних філій за різні періоди часу з'являються можливості по уніфікації та оптимізації доходів і витрат підрозділів, проведення єдиної фінансової політики банку.

Найдрібнішими бюджетними одиницями в моделі комерційному банку як системи є клієнти. Саме надходження від численних клієнтів формують доходи від реалізації банківських продуктів (послуг). У той же час кожен клієнт є об'єктом здійснення комерційним банком конкретних прямих витрат, рівень і структура яких визначаються обсягом і структурою операцій клієнта. Від структури і особливостей клієнтської бази комерційного банку залежить, наскільки значний кредитний портфель йому слід сформувати з заданим рівнем ризику, які обсяги вільних коштів необхідно спрямувати в інвестиційні та торговельні операції, а які зарезервувати в формі найбільш ліквідних активів. Структура клієнтської бази визначає також необхідний комерційному банку обсяг позикових коштів.

Система бюджетування реалізується в рамках моделей фінансового менеджменту підприємницької діяльності комерційних банків, а саме: моделі управління порогом прибутку комерційного банку (філії), моделі управління ефективністю виробництва банківських продуктів та механізму управління ефективністю обслуговування клієнтів банку. Ці моделі та механізми виділені відповідно до одиниць управління, діють взаємопов'язано і спрямовані на вирішення перерахованих вище основних завдань фінансового менеджменту підприємницької діяльності комерційних банків. При цьому кожен з механізмів вирішує ряд дрібніших підзадач. За допомогою моделі управління порогом прибутку комерційного банку вирішуються такі завдання:

1. визначення порогу прибутку комерційного банку на поточний рік;

2. визначення необхідності оптимізації обсягу постійних і дискретних витрат комерційного банку;

3. визначення необхідності оптимізації активного і пасивного портфелів комерційного банку згідно критерію ліквідності.

Окремий банківський продукт (послуга) реалізується множині клієнтів, і дані про можливі обсяги їх реалізації є основою розрахунку точки беззбитковості для цього продукту і визначення можливих напрямків зміни тарифів. Видаткову частину бюджету банківського продукту складає сукупність прямих витрат, що здійснюються банком для забезпечення виробництва і реалізації даного продукту окремим клієнтам. Для бюджету банківського продукту як більшої бюджетної одиниці притаманні деякі прямі витрати, які не є такими для бюджету клієнта.

ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ: МЕТОДИ ТА МОДЕЛІ

Автор: студентка групи ЕК-113М Пігульська Ю.Д.
Pigulskayayu@gmail.com
Керівник: : доцент Шляга О.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

На сучасному етапі Україна перебуває на шляху всебічних економічних перетворень, за яких процес налагодження стабільного інвестиційного розвитку набуває визначального значення. Інвестиціям належить вирішальна роль в забезпеченні економічного розвитку країни через належність до пріоритетних напрямків зростання економіки. Процес активізації інвестиційних потоків забезпечує зростання обсягів виробництва, національного прибутку та конкурентний розвиток галузей. У зв'язку з цим актуальним залишається пошук альтернативних шляхів активізації інвестиційної діяльності та залучення інвестиційних ресурсів, особливо в умовах обмеженості бюджетних ресурсів і відмови від політики централізованого фінансування розвитку.

Для успішної реалізації інвестиційних проектів як важливої і невід'ємної складової інвестиційної стратегії підприємств необхідним є наявність відповідного фінансування. Тому при виборі методу фінансування інвестиційного проекту підприємству доцільно розглянути альтернативні варіанти фінансування проекту. Так, проектне фінансування може розглядається як комплексне поєднання різноманітних фінансових інструментів за умови, що джерелами погашення заборгованості є грошові потоки, що генеруються проектом, а забезпеченням боргу – активи учасників фінансування. Серед методів фінансування інвестиційних проектів виділяють також метод фінансування інвестиційних проектів, для якого характерно використання особливого способу забезпечення повернення вкладень на основі використання переважно грошових доходів, що генеруються інвестиційним проектом, а також оптимальним розподілом усіх пов'язаних із проектом ризиків між учасниками, що беруть участь у його реалізації. У міжнародній практиці проектне фінансування розглядається як фінансування інвестиційних проектів, що характеризується особливим способом забезпечення поворотності вкладень, в основі якого лежать інвестиційні характеристики самого проекту, ті доходи, які отримає підприємство в майбутньому. Особливістю цієї форми фінансування є також можливість поєднання різних видів капіталу: банківського, комерційного, державного, міжнародного, де на відміну від традиційної кредитної операції ризик за проектом може розподілятися між його учасниками

Серед основних моделей проектного фінансування можна виділити такі: фінансування під майбутні постачання продукції; «будувати – експлуатувати – передавати» (build – operate – transfer – BOT); «будувати – володіти – експлуатувати – передавати» (built – own – operate – transfer – BOOT).

Модель фінансування під майбутні постачання продукції застосовується при фінансуванні сировинних проектів. Її можна розглядати як фінансування з обмеженим регресом на позичальника. Така схема передбачає участь щонайменше трьох сторін: кредиторів (банківський консорціум), проектної компанії (спеціальної компанії, що займається безпосередньою реалізацією інвестиційного проекту), посередницької компанії, що є покупцем продукції.

За реалізації моделі фінансування BOT група засновників, отримавши від державних органів концесію, створює спеціальну компанію, метою якої є фінансування і організація будівництва об'єкта. Після завершення робіт ця компанія отримує право експлуатації або володіння об'єктом. Держава може сприяти реалізації інвестиційного проекту шляхом укладення контракту на купівлю об'єкта за фіксованою ціною або опціонної операції, надання гарантій банку, що кредитує проект. Основна відмінність від попередньої моделі полягає у тому, що спеціальна компанія отримує від держави ліцензії на основі франчайзингу і поєднання фінансування з обмеженим регресом з наданням гарантій уряду щодо фінансування цієї компанії.

За схемою BOOT відповідальність за будівництво, фінансування, управління і обслуговування об'єкта інвестиційної діяльності впродовж обумовленого періоду (20, 30 або більше років) покладена на проектну компанію, яка є концесіонером. При цьому проектна компанія отримує прибуток – різницю між доходами від експлуатації об'єкта та витратами з фінансування інвестиційного проекту, управління і ремонту об'єкта. Після закінчення встановленого терміну об'єкт передається державі.

Моделі фінансування BOT та BOOT ілюструють розподіл проектних ризиків між учасниками та їх обопільну зацікавленість у своєчасному ефективному завершенні проекту. Переваги таких моделей для держави як одного з учасників операції: зменшення навантаження на державний бюджет, оскільки держава фактично не витрачає фінансові ресурси на фінансування проекту; можливість отримання у власність об'єкт фінансування після закінчення концесійного періоду; сприяння надходженню іноземних інвестицій, поширенню прогресивних технологій, тощо.

АНАЛІЗ РІВНОВАЖНИХ СТРАТЕГІЙ КРЕДИТУВАННЯ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ

Автор: студент групи ЕК-113М Притула А.Р.
lampaa96@gmail.com
Керівник: : доцент Шляга О.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Протягом останніх років стан економіки України значно погіршився, що суттєво позначилося на роботі суб'єктів малого та середнього підприємництва (МСП), які виступають одним з пріоритетних напрямів розвитку українського суспільства. Притаманна МСП гнучкість виробничої діяльності та самостійність у прийнятті рішень щодо вибору стратегії розвитку, дозволяє МСП оперативно реагувати на зміни, що відбуваються в суспільстві, краще враховувати споживчі уподобання населення, швидко перебудовувати свою структуру, змінювати спеціалізацію та створювати нові робочі місця, беручи участь таким чином у процесі стабілізації загальної економічної ситуації в країні. При цьому активне кредитування підприємств малого та середнього бізнесу (МСБ) сприяє не лише розвиткові економіки, а й найкращим чином поліпшує ситуацію на ринку праці. Проте активізації практично «мертвого» кредитування МСБ не спостерігається вже протягом декількох років, хоча саме ці види бізнесу в будь-якій цивілізованій країні становлять основу її валового виробництва (від 40 до 70% ВВП).

На сьогодні МСБ України зіштовхується із серйозною проблемою доступу до фінансово-кредитних ресурсів. Частка кредитів у капіталі МСБ становить лише 20% проти 60% у розвинених країнах. Переважно підприємства реінвестують у розвиток бізнесу власні прибутки та інвестиції засновників підприємств. Така ситуація зумовлена, передусім, високою вартістю кредиту. Мінімальний «пільговий» відсоток становить майже 18% і пропонується практично одним банком. Середня вартість кредиту становить 22%, що є високою ціною в умовах економічного спаду. В результаті сума фактично наданих кредитів за рік скоротилась у реальному виразі практично у 2 рази при номінальному зростанні на 15%. Основна причина скорочення – банківська криза та падіння економіки.

Окрім того, практично повна відсутність у країні, зокрема в її банківському секторі, стратегічного бачення та орієнтирів щодо кредитування малого підприємництва в умовах міжбанківської конкуренції є проблемою, яку необхідно розв'язати для забезпечення стабільного розвитку та виведення з тіні економіки, зростання ВВП і добробуту суспільства в цілому. Тобто необхідний цілеспрямований план дій, реалізація якого і дозволить забезпечити доступність, ефективність та стійкість функціонування малого бізнесу у довгостроковій перспективі. Тому стратегію кредитування малого бізнесу можна розглядати як систему довгострокових дій і позиції банків щодо керування процесів формування та спрямування поточних фінансових ресурсів на кредитну підтримку малого бізнесу.

На додачу циклічні і структурні кризи та інфляція виводять вітчизняну економіку зі стану збалансованості. Разом з тим, навіть в умовах цих диспропорцій економічну систему можна привести до динамічної рівноваги, яка буде відображати ринкові реалії з усіма їх суперечностями. У зв'язку з вищевикладеним, необхідне ґрунтовне дослідження рівноважних стратегій кредитування МСП як реального засобу покращення фінансово-економічного клімату функціонування малих і середніх підприємств та підґрунтя для забезпечення стабілізації економічної ситуації в країні. Найбільш перспективними стратегіями можуть стати:

стратегія трансфертного ціноутворення як один з ключових інструментів формування рівноваги банку;

стратегія застосування експліцитних монетарних правил для підтримки рівноваги грошового ринку.

Держава також має широкий набір інструментів та важелів для подолання бар'єру між суб'єктами МСБ та банківськими установами. На державному рівні мають проводитися заходи щодо вдосконалення законодавчої бази, пожвавлення інвестиційного клімату, сприяння економічної активності, надання фінансової допомоги МСБ тощо. На державному рівні необхідно проводити активну та ефективну роботу щодо створення відповідного правового середовища та активізації банківського кредитування сектору МСБ. Оскільки проведення таких заходів на даний момент є невідкладним, доцільно буде скористатися зарубіжним досвідом у сфері регулювання відносин між суб'єктами МСБ, державою та кредитними установами.

ФРАНЧАЙЗИНГ: МОДЕЛІ КООПЕРАЦІЙНИХ ВЗАЄМОДІЙ МАЛОГО І ВЕЛИКОГО БІЗНЕСУ

Автор: студент групи ЕК-113М Сопін С.В.
stassopin1@gmail.com
Керівник: : доцент Шляга О.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Досвід розвинутих країн світу свідчить, що невід'ємною й обов'язковою складовою існування ринкового конкурентного економічного середовища є співпраця великих, середніх і малих підприємств та їх оптимальне співвідношення, що є не лише необхідністю існування та розвитку цих підприємств, а й значним потенціалом для розвитку економіки в цілому. У зв'язку з цим актуальним є дослідження моделей кооперацій взаємодій малого і великого бізнесу в умовах вітчизняної економіки.

Основними моделями взаємодії великих і малих підприємств на думку багатьох науковців та фахівців-практиків є субпідряд, франчайзинг, лізинг, венчурний бізнес, аутсорсинг та кластер.

Субконтрактна модель кооперування (субпідряд) є найпоширенішою моделлю взаємодії великих і малих підприємств. Її сутність полягає у довгострокових відносинах між великим (головним) підприємством, яке виступає основним виробником продукції, та значною кількістю середніх та малих підприємств, що працюють на основі спеціалізації виробництва продукції, що спрощує виконання складних робіт.

Франчайзинг являє собою симбіоз взаємовідносин малих та великих підприємств на основі угоди, з одного боку, а з другого – є формою організації та ведення підприємницької діяльності, яка дозволяє малому підприємству використовувати переваги великих підприємств. В ході співробітництва франчайзі (мале підприємство) зобов'язується виробляти продукцію, продавати товар або надавати послуги на умовах, визначених франчайзером (провідним великим підприємством), в обмін на що мале підприємство отримує право користуватися торговельною маркою великого підприємства, його товарним знаком, іміджом, маркетинговими технологіями, ноу-хау та діючими механізмами підтримки, технічною та комерційної інформацією. В деяких випадках провідне велике підприємство передає в оренду малому підприємству приміщення, обладнання, здійснює підбір та навчання персоналу тощо. Франчайзинг довів свою ефективність і життєздатність як перспективна модель взаємодії великого та малого бізнесу, яку можна адаптувати до конкретних умов діяльності українських підприємств.

Протягом останніх десятиріч стрімко зросла у світі популярність лізингу як специфічної системи перспективного фінансування, в якій задіяні орендні відносини, елементи кредитного фінансування, розрахунки за борговими зобов'язаннями та інші фінансові механізми. Зростає зацікавленість до лізингу і в Україні: завдяки фінансовим перевагам та меншому ризику багато середніх та малих підприємств вважають за краще брати в лізинг більшу частину свого майна, ніж мати його в власності.

Венчурне фінансування як форма інноваційного співробітництва в Україні є одним з механізмів, що може стимулювати інноваційну діяльність у державі. Як свідчить зарубіжний досвід, держави з розвиненим ринком венчурного фінансування виступають як найбільші експортери продукції високих технологій, саме в цих країнах здійснюється фінансування малих підприємств, що спеціалізуються на впровадженні інновацій.

Також в останні десятиріччя набула широкого розповсюдження в західній бізнес-практиці та поступово набуває популярності серед вітчизняних підприємств аутсорсингова модель, яка базується на принципах розподілу праці, тобто передачі виконання деяких функцій підприємства спеціалізованим зовнішнім підприємствам, що дозволяє оптимізувати господарську діяльність і досягти конкурентних переваг. Середні та малі підприємства можуть покращити свої конкурентні позиції за рахунок надання аутсорсингових послуг для великих підприємств як усередині країни, так і за її межами.

Кластерна організація суб'єктів господарювання поєднує переваги великого виробництва із гнучкістю, можливістю швидко перебудовуватися, характерними для малого бізнесу, та відкриває нові перспективи для взаємовигідного співробітництва. Світова практика уже десятки років успішно використовує кластерні утворення, які стали найважливішими центрами росту, джерелом багатьох інновацій. Щодо практичної реалізації кластерної моделі в Україні, поки що можна лише вивчати досвід інших країн, щоб розумно запровадити її в економіку по досягненню стабілізації економічної ситуації.

Таким чином, існують різноманітні організаційно-економічні моделі взаємодії малих та великих підприємств, серед яких досить перспективною можна вважати франчайзинг. Використання в своїй діяльності моделей взаємодії та співпраці буде сприяти підвищенню ефективності бізнесу, а самі малі і великі підприємства будуть сприяти підвищенню конкурентоспроможності вітчизняного підприємництва та економіки України в цілому.

ПІДХОДИ ДО ПРОГНОЗУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Автор: студент групи ЕК-217М Кузнєцов О.А.
o.kuznetsov@econom.zp.ua
Керівник: :професор Левицький С.І.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Прогнозування та адаптивне управління вітчизняними комерційними банками має дві суттєві особливості. Оскільки зміни зовнішнього середовища функціонування є широкомасштабними, мають системний характер, адаптація до них окремих банків передбачає проведення комплексних змін чинників внутрішнього середовища, що за суттю є реструктуризацією. Відповідно адаптивне управління ними можна зарахувати до управління процесами реструктуризації.

Другою змістовною особливістю адаптивного управління, крім його спрямованості на реструктуризацію, є його антикризовий характер. Позитивні тенденції, що визначилися на початку XXI ст., в динаміці національної економіки серйозно похитнулися внаслідок настання світової фінансово-економічної кризи. З огляду на це адаптація банків до нового етапу розвитку економіки в умовах посткризових явищ потребує здійснення заходів антикризового характеру.

Як об'єкт дослідження розглядається підприємницька діяльність типової філії комерційного банку України. Його організаційна структура включає в себе центри підприємницької діяльності та управлінський центр, організовані як департаменти, а також обслуговуючі підрозділи. Фінансовий аналіз та прогнозування підприємницької діяльності філії комерційного банку передбачають збір, обробку інформації та надання її у фінансових термінах і показниках. Інформація, необхідна для аналізу та прогнозування, за своїм походженням може бути внутрішня і зовнішня. Основними фінансовими документами, на основі даних яких здійснюється фінансовий аналіз підприємницької діяльності філії, є баланс вкладення і залучення коштів і бюджет філії за звітний період. За результатами фінансового аналізу та прогнозування, проведеного з використанням адаптивних механізмів, є визначення збиткових і прибуткових напрямків підприємницької діяльності, а також збиткових і прибуткових клієнтів філії та причин ситуації, що склалася.

Зауважимо, що в процесі адаптації особливого значення набуває системність функцій управління, яку слід розуміти не лише як взаємоузгодженість між собою таких функцій, як планування, організовування, контроль і мотивація, а й як відповідність оперативної реалізації цих функцій стратегічному плану розвитку банку.

Адаптивним потенціалом комерційного банку вважатимемо рівень узгодженості його елементів і підсистем, можливості внутрішніх змінних щодо пристосування до змін у навколишньому економічному середовищі.

Адаптивний потенціал є межею стійкості до несприятливих чинників, він характеризує рівень спроможності економічного суб'єкта до можливих напрямів адаптації, визначає діапазон позитивних реакцій на можливі зміни ситуації, сукупність ресурсів і властивостей, які існують у банка-адаптанта в прихованому вигляді і можуть бути задіяні під час адаптації. Адаптивний потенціал має дві складові: по-перше, готовність до стабільної діяльності і, по-друге, готовність до інновацій, й складається з двох векторів, або здатностей до: опору середовищу із подальшою його перебудовою під себе; асиміляції з подальшим поглинанням середовищем.

Удосконалення використання прогнозів адаптивного потенціалу банку потребує механізму управління цим процесом. Оцінювання і прогнозування потенціалу мають першочергове значення, оскільки дають змогу виявити не лише втрати, а й резерви діяльності. Адаптивний потенціал при цьому слід розглядати як цілісну систему, що характеризує максимальну спроможність до надання фінансових послуг, здатної повною мірою задовольняти потреби споживачів за допомогою повного й оптимального використання ресурсів комерційного банку.

Основою адаптивного потенціалу, на нашу думку, є інноваційний потенціал. Зважаючи на те, що досягнення фінансової стійкості є критичною умовою для зміни реактивно-протестної поведінки системи на конструктивну, вважаємо, що до адаптивного потенціалу слід зарахувати потенціал, який оцінюється аналітичними коефіцієнтами платоспроможності, фінансової стійкості, ліквідності та використання фінансових ресурсів. Такий підхід забезпечує всебічне й комплексне оцінювання адаптивних фінансових можливостей, аналіз прогнозів зміни зовнішніх і внутрішніх параметрів за розрахунком економічних і фінансових індикаторів. Отже, до складу адаптивного потенціалу доцільно зарахувати інноваційний потенціал, який трактують як сукупність інтелектуальних, фінансових, матеріальних, трудових, інфраструктурних, інформаційно-комунікаційних ресурсів, що використовуються в інноваційних процесах.

АНАЛІЗ МОДЕЛЕЙ ВПЛИВУ ПРИРОДНИХ УМОВ НА ЕКОНОМІЧНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ

Автор: студентка групи ЕК-227М Акименко А.О.
l.shaytura@econom.zp.ua
Керівник: : доцент Хараджян О.А..
ЗІЕІТ, Україна, м. Кривий Ріг, вул. Гетьманська, 108

В різних країнах розвивають альтернативні енергетичні проекти, щоб зменшити залежність від традиційних викопних видів палива. Основні причини пошуку альтернативних джерел енергії це зменшення викидів парникових газів, вичерпування традиційних джерел енергії, а також енергетична незалежність країн. Тому виконується пошук альтернативних джерел енергії, а також способів її перетворення, з енергії поновлюваних або практично невичерпних природних ресурсів і явищ. Фактично альтернативна енергія охоплює всі ті джерела енергії, які не споживають викопного палива. Ці види енергії широко доступні в навколишньому середовищі. Вони значно менше впливають на навколишнє середовище, чим традиційні.

Основні напрямки розвитку альтернативної енергетики:

вітроенергетика,

біопаливо,

деревні відходи і біомаса,

газоподібне паливо,

геліоенергетика (сонячний колектор, який використовується як для нагрівання води для опалення, так і для виробництва електроенергії, фотоелектричні елементи),

гідроенергетика (припливні електростанції, хвильові електростанції, міні і мікро ГЕС, які встановлюються в основному на малих річках),

геотермальна енергетика (для нагріву води для опалення, так і для виробництва електроенергії), теплові електростанції на відбору високотемпературних ґрунтових водах, ґрунтові теплообмінники (принцип відбору тепла від ґрунту за допомогою теплообміну).

Однак практично, альтернативна енергетика в комерційному аспекті зводиться до відновлюваної або регенеративної енергетики. Також значна увага приділяється впливу джерел поновлюваної енергії на навколишнє середовище (викиди токсичних газів та пилу, зміна гідрологічного режиму, затоплення територій, шумове забруднення та ін.).

В роботі розглянуто вплив різних факторів на ефективність альтернативних джерел енергії.

Так розроблено модель оцінки впливу факторів зменшення сонячної радіації на генерацію енергії сонячними батареями. Для оцінки використовуються статистичні дані про температуру, хмарність на різних висотах, туман та інші погодні явища.

Модель оцінки генерації енергій на вітроелектричних станціях основана на статистичних даних про температуру повітря, тиск, наявність та швидкість руху циклонів та антициклонів в певній місцевості.

На основі розроблених моделей можна виконати оцінку економічної ефективності використання того чи іншого ресурсу.

ПІДХОДИ ДО РОЗРОБКИ МОДЕЛІ СТРУКТУРИ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ З ВИКОРИСТАННЯМ ГІС

Автор: студентка групи ЕК-227М Король-Чухлєбова А.С.
l.shaytura@econom.zp.ua
Керівник: : доцент Хараджян О.А.
ЗІЕІТ, Україна, м. Кривий Ріг, вул. Гетьманська, 108

Геоінформаційні системи – універсальний інструмент, затребуваний практично в усіх галузях української енергетики – від розподілу електроенергії до видобутку вуглеводнів, від теплопостачання до відновлюваної енергетики.

У зв'язку з тим, що численні активи енергетичних компаній (в першу чергу електромережних) характеризуються географічною розкиданістю, в діяльності підприємства існує велика кількість технологічних задач, для планування і управління якими необхідно проводити просторовий аналіз взаєморозташування і зв'язку об'єктів. Як приклади можна привести такі процеси, як управління майном, проектування нових об'єктів, планування технічного обслуговування, експлуатація ліній електропередачі та підстанцій, обслуговування клієнтів.

Роль ГІС значно підвищується з виниклими останнім часом тенденціями до вдосконалення систем управління мережею – Advanced distribution management system (ADMS), застосування автоматичних лічильників – Automated metering infrastructure (AMI), створення «розумних мереж» – Smart Grid.

Геоінформаційні системи оперують великими масивами просторових даних і часто виконують складні обчислення. З іншого боку, ГІС є інтерактивними системами з швидким відгуком на запит користувача. Тому при проектуванні ГІС завжди гостро стоїть питання про потужності обчислювальних ресурсів. На допомогу можуть прийти останні досягнення технологій «хмарних обчислень», які, на жаль, поки не отримали широкого застосування в енергокомпаніях.

Вибираючи ту чи іншу корпоративну ГІС, енергетична компанія повинна орієнтуватися на платформу, що відповідає вимогам просторового аналізу в безлічі бізнес-завдань. ГІС як базова платформа повинна мати можливості інтеграції з іншими корпоративними інформаційними додатками, такими, як ERP, EAM, CRM, OMS, і іншими.

Створена на основі отриманих та оброблених даних корпоративна ГІС, дозволяє виявляти дефекти, природні чинники, що загрожують і ділянки трас ліній електропередачі з порушенням норм експлуатації за результатами повітряного обстеження.

Важливим аспектом такої ГІС є ефективне інформаційне забезпечення діяльності з технічного обслуговування і ремонту ліній електропередачі (відновлення робочої документації, розрахунок обсягів робіт, планування фінансових витрат, людських і технічних ресурсів).

При цьому інтеграція корпоративної ГІС в IT-інфраструктуру компанії дає можливість використовувати засоби ГІС-платформи для наочного відображення на карті не тільки геоданих, а й даних інших інформаційних систем компанії: структурних підрозділів та територіальних кордонів їх зон відповідальності, місць розташування складів аварійного резерву та запасів на складах і багато чого іншого. Це забезпечується сучасними і поширеними технологіями публікацій web-сервісів. За допомогою цих же технологій інші інформаційні системи компанії отримують доступ до даних ГІС для власних потреб.

Найважливішим плюсом впровадження ГІС для електромережних компаній є можливість моделювання аварійних ситуацій – відображення на 3D-моделях і / або технологічних схемах послідовності подій при аварії. При інтеграції з розрахунковими системами стає можливим моделювання варіантів розвитку аварійних ситуацій з урахуванням різних факторів: метеоумов, конфігурації будівель і споруд, тощо.

СЕКЦІЯ - 3

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Голова - к.е.н., доц. Михайлик Д.П.

Співголова - к.е.н. Власенко Л.В.

АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ

Автор: студентка гр. МЕВ – 113м Андрєєва – Оболонська П. А.
polinkaaa2304@gmail.com
Керівник: к.е.н., доц. Михайлик Д. П.
ПрАТ «ПВНЗ «ЗІЕІТ», Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшко 16-Б

Зовнішньоекономічні зв'язки є продуктом цивілізації, так як виникають з появою держави і еволюціонують водночас з її розвитком. В економічному — зовнішні економічні зв'язки — це операції, пов'язані з обігом товарів, послуг, грошей і капіталу між різними економічними і валютними зонами.

Метою роботи є вивчення теоретичних підходів, щодо поняття зовнішньоторговельних відносин та зовнішньоторговельної політики, розгляд існуючих теоретичних та практичних методик поліпшення зовнішньоторговельної політики на міжнародному рівні. Дослідження стану зовнішньоторгівельної політики та розробка основних напрямів підвищення ефективності зовнішньоторговельної політики на прикладі Запорізької області.

Об’єктом дослідження є зовнішньоекономічна політика України в умовах ринку.

Виходячи з мети роботи, були поставлені наступні завдання:

- визначити сутність та напрями зовнішньоекономічної політики ;
- визначити підходи до оцінки ефективності зовнішньоекономічної політики регіону;
- надати загальну характеристику Запорізького регіону;
- дослідити стан експортно-імпортної політики Запорізької області;
- зазначити недоліки зовнішньоекономічної політики Запорізького регіону;
- запропонувати напрями підвищення ефективності зовнішньоекономічної політики.

Таким чином, в роботі буде доведено якими стратегічними напрямами можна поліпшити становище та активізувати зовнішньоекономічні відносини України, а саме: напрями розбудови раціональної системи зовнішньої торгівлі; стимулювання експортних операцій з одночасним урахуванням потреб збільшення внутрішнього споживання вітчизняної продукції, що зменшить залежність від кон’юнктури на світових ринках; підвищення ефективності іноземних інвестицій; запровадження загальноприйнятої системи валютного регулювання, спрямованої на підтримання національної валюти, а також жорстких принципів валютного контролю тощо. Результатом реалізації пріоритетного розвитку інвестиційної діяльності в регіоні повинно стати підвищення рівня життя населення регіону, що зокрема призведе до збільшення споживчого попиту та подальшого росту інвестицій в економіку регіону, тобто забезпечення позитивного зворотного зв’язку.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МИТНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Автор: студентка гр. МЕВ – 113м Бурава Г.С.
anutapozh22@gmail.com
Керівник: к.е.н., доц. Михайлик Д. П.
ПрАТ «ПВНЗ «ЗІЕІТ», Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшко 16-Б

Митна політика та основні її елементи в основному збігаються в багатьох країнах, що спричинено інтеграційними процесами та розвитком гуманітарного законодавства, відкритістю суспільства, посиленням ролі та значення міжнародних зв'язків.

Формування сучасної митної політики України враховує стан її економіки, геополітичне становище та необхідність залучення іноземних інвестицій, що не можливо зробити без політики фритредерства. Це пояснюється тим, що через країну проходять великі міжнародні транспортні артерії і Україна по суті є великим транспортним коридором.

Зовнішньоекономічні зв'язки у теперішній час - це об'єктивно обумовлена необхідність, важливий фактор економічного зростання, невід'ємна складова національного процесу розширеного відтворення. Вони все більшою мірою визначають не тільки темпи і пропорції процесу виробництва, але й обміну та розподілу в державі. У багатьох країнах саме світогосподарські зв'язки визначають стан національної економіки, і дана тенденція в перспективі посилюватиметься. Митна політика України зводиться до необхідності забезпечення її єдності на всій території, координації зусиль всіх митних органів на виконанні її пріоритетних напрямів, удосконаленні нормативно-правової бази, взаємодії та тісній співпраці із митними органами інших країн. Митна політика містить елементи гуманітарної, економічної (зовнішньоекономічної), торгової, фінансової, науково-технічної, інвестиційної, природоохоронної та інших видів політики.

Об’єктом дослідження є митна політика України.

Виходячи з мети роботи, були поставлені наступні завдання:

- визначити фактори впливу на митну політику України ;
- визначити підходи до оцінки ефективності митної політики країни;
- надати загальну характеристику митної політики України;
- дослідити стан експортно-імпортної політики країни;
- зазначити недоліки митної політики України;
- запропонувати напрями підвищення ефективності митної політики.

Таким чином, в роботі акцентується увага на тому, якими стратегічними напрямами можна поліпшити становище та активізувати митну політику України, а саме: підвищення ефективності митної політики та підвищення надходжень у державний бюджет, розробка конкретних пропозицій по внесенню змін до законодавства.

Результатом реалізації пріоритетного розвитку митної діяльності в країні повинно стати запровадження дієвих заходів щодо сприяння зовнішньоекономічній діяльності, забезпечуючих спрощення митних процедур, підвищення ефективності технологій митного контролю, використання інформаційних технологій та вдосконалення обміну інформацією.

РОЗРОБКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РЕГІОНУ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РІВЕНЬ ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНУ

Автор: студентка групи МЕ-113М, Кліменко В.А.
Vika.klymenko55@gmail.com
Керівник: к.е.н., доц. Власенко Л.В.
ЗІЕІТ, Україна м. Запоріжжя вул. Кияшко 16-б

Спрямованість незалежної України на входження до світового співтовариства розвинутих держав та участь у євроінтеграції вимагає створення ефективно діючої системи управління, перш за все у сфері залучення іноземних інвестицій. Для підвищення і оздоровлення економіки регіонів України необхідні значні інвестиції, включаючи іноземні, які могли б принести з собою, поряд з капіталом, нові технології, можливості перебудови існуючих підприємств і створення нових виробничих потужностей. Оскільки інвестиційна діяльність є досить тривалою в часі і тому має здійснюватися з урахуванням перспективи, формування напрямків цієї діяльності передбачає розробку інвестиційної стратегії.

На сучасному етапі глобалізації та зважаючи на стан процесу євроінтеграції, вітчизняній економіці необхідно забезпечення стійкого розвитку всіх її регіонів. Отже, в сучасних умовах не можливо уявити поступовий регіону без чітко визначеної та адаптованої до місцевих умов інвестиційної стратегії.

Інвестиційна стратегія регіону — це модель взаємодії всіх ресурсів, що направляються в матеріальні й нематеріальні активи (у тому числі в «людський капітал»), що дозволяє регіональним органам влади встановлювати пріоритети розвитку й ефективно виконувати свої функції згідно з відповідним територіальним поділом праці щодо забезпечення необхідних видів і обсягів продукції та задоволення інтересів населення регіону, досягаючи при цьому стійких конкурентних переваг.

При цьому не існує єдиної точки зору щодо процесу формування та реалізації такої стратегії. У зв'язку з цим, це питання є дискусійним, та його шляхи розв’язання можуть відрізнятися залежно від конкретної позиції науковця або органів державного управління. Проте, незважаючи на практичні відмінності у сучасних умовах розробка власної інвестиційної стратегії повинна переслідувати наступні цілі:

- визначення напрямків регіонального інвестиційного розвитку та виявлення в результаті налагодження партнерських відносин найбільш ймовірної поведінки державних і приватних організацій, що діють в інвестиційній сфері;
- вироблення загального розуміння змін, що відбуваються в регіональному інвестиційному середовищі;
- створення загальних рамок з метою зміцнення інвестиційного потенціалу регіону;
- сприяння суб'єктам інвестиційної системи в прийнятті ними конкретних рішень, що дозволяють підвищити цілеспрямованість і скоординованість дій.

Стратегія інвестиційного розвитку регіону являє собою ефективний інструмент управління інвестиційний процесом, що формується на основі регіональних особливостях розвитку та координує дії органів місцевої та регіональної влади, інвесторів та підприємств. Формування і практична реалізація інвестиційної стратегії пов’язані з необхідністю врахування особливостей конкретного регіону в реальному економічному оточенні. Використання інвестиційної стратегії в регіональному управління забезпечує збалансований економічний розвиток регіонів, зростання інвестиційного потенціалу території, підвищення конкурентоспроможності регіону та підвищення іноземних інвестицій.

ОЦІНКА ВПЛИВУ ІНСТРУМЕНТІВ ЗОВНІШНЬОТОРГІВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ НА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНУ ЕФЕКТИВНІСТЬ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студентка групи МЕВ-113 Мохамєд-Осман Т.О.
tasnim.mohamed.osman1996@gmail.com
Керівник: д.е.н., проф. Павленко І.І.
ЗІЕІТ, Україна м. Запоріжжя вул. Кияшко 16-б

Головним фактором успішної діяльності будь-якого суб'єкта господарювання є його прибутковість. Окреслити шляхи та можливі резервні заходи з метою підтримання прибутковості підприємств в умовах кризи пріоритетне завдання сьогодення. Нині, в умовах швидких змін та криз в різних галузях суспільного життя й відсутності вітчизняного досвіду в їх подоланні, постала необхідність дослідити цю проблему.

Багато базових підприємств машинобудівної та металургійної галузей, які формують валовий внутрішній продукт країни, у поточному періоді стали найбільш вразливими та знизили не тільки фінансово-економічні показники, але й конкурентоспроможність. Є ряд причин цього, серед яких слід назвати військово-політичні конфлікти, техніко-технологічні відставання та відсутність дієвих управлінських стратегій, зорієнтованих на подолання кризових явищ.

В українських реаліях це ще й високі темпи зростання цін на продукцію паливно-енергетичного комплексу та послуги транспорту, що спричинило зростання собівартості продукції та збільшення темпів знецінення національної грошової одиниці – гривні. Час вимагає таких механізмів і методів управління підприємством, які б сприяли підвищенню сталості господарювання, збереженню прибутковості та успішному подоланню кризових явищ. При цьому чим раніше виявляється загроза кризи, тим ширше вибір антикризових процедур, методів і засобів їх застосування. Підприємства, які працюють в режимі розвитку та отримують прибуток, мають у своєму арсеналі сукупність дій, які виступають засобами своєчасної адекватної реакції на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі.

Мета даної роботи полягає у теоретичному досліджені факторів, показників, шляхів підвищення прибутковості підприємства в умовах кризи, а також їх аналіз.

Завданнями даної роботи є: пошук шляхів підвищення прибутковості підприємств в умовах кризи.

Таким чином, здійснене теоретичне дослідження дає можливість зробити висновки, що прибутковість є основним критерієм оцінки виробничо-господарської діяльності кожного підприємства, а криза є його дестабілізуючим фактором. У житті підприємства криза або загрози криз – постійне явище. Вони є об'єктивним економічним процесом функціонування й розвитку підприємства. Для підвищення прибутковості підприємств в умовах кризи постає необхідність використати вищезазначені чинники та розробити комплекс запобіжних заходів, які сприятимуть отриманню підприємствами прибутку в нестійкий період. Завдяки теоретичному обґрунтуванню сутності антикризового управління на підприємствах можна досягти значних успіхів, використовуючи всі важелі для його реалізації.

ТРАНСКОРДОННЕ СПІВРОБІТНИЦТВО З КРАЇНАМИ ЄС У СФЕРІ РЕАГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Автор: студент групи МЕВ-227-м Олекса В. М.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Карабаза І.А.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Проблема розширення експортних можливостей та розвитку експортного потенціалу промислових підприємств є складною і різновекторною. Її вирішення вимагає системного підходу до вдосконалення управління діяльністю підприємства і здійснення комплексу організаційно-економічних, управлінських і техніко-технологічних заходів, що сприятимуть посиленню конкурентних переваг підприємства на внутрішньому і зовнішньому ринках. Необхідним є визначення джерел оновлення експортного потенціалу підприємства та пошук важелів для стимулювання його розвитку, адже саме від рівня експортного потенціалу в більшій мірі залежить якість присутності вітчизняного підприємства на зовнішньому ринку.

Експортна діяльність підприємств - це узгоджена послідовність виконання конкретних етапів виходу підприємства на зовнішній ринок. Функції і завдання організаційно-економічного механізму визначаються особливостями об'єкта управління та його цілями.

Управління експортними операціями є визначеним процесом, що, насамперед, включає вивчення і проектування елементів міжнародного середовища: закордонних партнерів, рівня цін, митних правил, міжнародних норм і звичаїв та ін. У цій частині акцент робиться не тільки на аналіз та оцінку майбутніх міжнародних операцій, але і на проектування взаємовідносин з урахуванням визначених процедур. Цей елемент управління становить майже половину чинників успіху в міжнародному бізнесі.

За результатами дослідження особливостей та визначення ефективності управління експортною діяльністю ПАТ «РКТК» було визначено, що важливим кроком до його вдосконалення має бути використання інтегрованих міжнародних маркетингових комунікацій, побудована за вертикальним принципом. При цьому синергічний ефект досягається не тільки за рахунок органічного поєднання різних елементів системи маркетингових комунікацій, але й завдяки формуванню на декількох рівнях комунікаційної взаємодії суб'єктів туристичної діяльності з потенційними споживачами. Тому завданням є створення такої управлінської оболонки, що збільшує комунікаційний потенціал компанії на трьох рівнях: національному, інтегрованому та корпоративному (підприємства).

Для підкорення нового іноземного ринку потрібно створювати мережу збуту продукції, а саме спеціалізовані місця продажу в наступних країнах: Польща, Угорщина, Грузія, Молдова. Білорусь.

Також пропонуємо алгоритм розрахунку оптимізованої структури витрат на міжнародні маркетингові комунікації, на основі якої можливе досягнення синергічного ефекту від використання всіх складових системи маркетингових комунікацій, що є головною проблемою на підприємстві.

На ПАТ «РКТК» варто суттєво вдосконалити управління продажами продукції шляхом активізації персональних продажів. Персональний продаж являтиме собою особисте інформування клієнтів про продукцію і може стати одним із методів просування продукції поряд з рекламою.

Одним з пріоритетних напрямків удосконалення управління діяльністю ПАТ «РКТК» є підвищення ефективності управління окремими процесами на підприємстві, що можна забезпечити, окрім іншого, за рахунок впровадження сучасних програмних засобів управління, удосконалення інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень в галузі виробництва, збуту, у тому числі на експорт, а також за рахунок автоматизації взаємодії учасників управлінських процесів на засадах проектно-орієнтованого управління.

Як комплексне рішення пропонується впровадження на підприємстві автоматизованої системи планування та обліку – ERP-системи.

У цілому шляхами підвищення ефективності експортної діяльності досліджуваного підприємства мають бути:

розширення зовнішніх ринків збуту продукції підприємства;

активізація рекламної діяльності на зовнішніх ринках;

стимулювання за рахунок розширення клієнтської бази на зовнішніх ринках.

СУЧАСНІ НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗЕД ПІДПРИЄМСТВ

Автор: студентка групи МЕВ-227-м Олійник І.С.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Карабаза І.А.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Збільшення обсягів експорту і розширення географії поставок вітчизняних промислових підприємств є важливим завданням для розвитку економіки країни в цілому. Експорт дозволяє не тільки збільшувати приплив в країну іноземної валюти, необхідної для закупівель потрібної продукції за кордоном, але і забезпечити замовленнями російських виробників і своєчасно розплачуватися із зовнішніми зобов'язаннями уряду.

Інструменти ефективного управління зовнішньоторговельною діяльністю промислових підприємств, які були розкриті в дисертаційному дослідженні можуть бути розглянуті для ефективного розвитку експортного спрямування для будь-якого промислового підприємства.

Якісно нові умови діяльності підприємств, що працюють на зовнішніх ринках, нерівномірність процесів глобалізації в сучасному світовому господарстві, стрімке зростання числа учасників вимагають ефективного вирішення широкого кола завдань. Тому дослідження проблематики управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств є вкрай важливим в сучасних умовах.

Проведене дослідження дозволило визначити основні положення вирішуваної проблеми і отримати такі результати теоретичного, науково-методологічного та практичного характеру.

На основі розглянутих концепцій управління підприємством, що включають Міжнародний стандарт ISO 9001, систему збалансованих показників, концепцію бережливого виробництва, було встановлено, що управління, засноване на безперервному процесі, організованому у вигляді горизонтального потоку постачальників, процесів і споживачів, в першу чергу систематизує діяльність підприємства, далі в результаті функціонування додається цінність для зовнішнього споживача.

Стосовно для підприємств, що здійснюють зовнішньоторговельну діяльність, ми виділяємо наступні ключові процеси:

- необхідний рівень якості продукції та технологічних процесів, відповідно до міжнародних норм;

- оптимальний рівень асортименту продукції;

- гарантія наявності продукції;

- доведення цінності про продукт до споживача, створення попиту та стимулювання закупівлі;

- впровадження на ринку нових видів продукції.

Посилення орієнтації щодо діяльності на зовнішніх ринках рекомендується починати з вдосконалення організаційної та управлінської діяльності зовнішньоторговельних служб підприємства. Таким чином, визначено, що загальна задача зводиться до управління зовнішньоторговельною діяльністю промислового підприємства як елементом цілісної єдиної системи внутрішньофірмового управління, з безпосередньою участю в здійсненні зовнішньоторговельних операцій, транспортування вантажів, митних процедур і створюється для планування, організації і координації зовнішньоторговельної діяльності підприємства.

Вітчизняні підприємства в зв'язку зі збільшенням конкурентної боротьби як на внутрішньому ринку, так і на зовнішньому, змушені здійснювати 'більш чітку політику в наступних напрямках: в стратегічному розумінні (у виборі географічного аспекту, цільового клієнта, методів співпраці); в управлінському контексті (реалізація високого рівня продуктивності, управління людськими ресурсами); в питаннях рентабельності (завдяки результативній зовнішньоторговельної діяльності гарантувати довгострокову рентабельність).

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студентка групи МЕВ-227-м Тіщенко М.Є.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Карабаза І.А.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Проблема розширення експортних можливостей та розвитку експортного потенціалу промислових підприємств є складною і різновекторною. Її вирішення вимагає системного підходу до вдосконалення управління діяльністю підприємства і здійснення комплексу організаційно-економічних, управлінських і техніко-технологічних заходів, що сприятимуть посиленню конкурентних переваг підприємства на внутрішньому і зовнішньому ринках. Необхідним є визначення джерел оновлення експортного потенціалу підприємства та пошук важелів для стимулювання його розвитку, адже саме від рівня експортного потенціалу в більшій мірі залежить якість присутності вітчизняного підприємства на зовнішньому ринку.

Експортна діяльність підприємств - це узгоджена послідовність виконання конкретних етапів виходу підприємства на зовнішній ринок. Функції і завдання організаційно-економічного механізму визначаються особливостями об'єкта управління та його цілями.

Управління експортними операціями є визначеним процесом, що, насамперед, включає вивчення і проектування елементів міжнародного середовища: закордонних партнерів, рівня цін, митних правил, міжнародних норм і звичаїв та ін. У цій частині акцент робиться не тільки на аналіз та оцінку майбутніх міжнародних операцій, але і на проектування взаємовідносин з урахуванням визначених процедур. Цей елемент управління становить майже половину чинників успіху в міжнародному бізнесі.

За результатами дослідження особливостей та визначення ефективності управління експортною діяльністю ПАТ «РКТК» було визначено, що важливим кроком до його вдосконалення має бути використання інтегрованих міжнародних маркетингових комунікацій, побудована за вертикальним принципом. При цьому синергічний ефект досягається не тільки за рахунок органічного поєднання різних елементів системи маркетингових комунікацій, але й завдяки формуванню на декількох рівнях комунікаційної взаємодії суб'єктів туристичної діяльності з потенційними споживачами. Тому завданням є створення такої управлінської оболонки, що збільшує комунікаційний потенціал компанії на трьох рівнях: національному, інтегрованому та корпоративному (підприємства).

Для підкорення нового іноземного ринку потрібно створювати мережу збуту продукції, а саме спеціалізовані місця продажу в наступних країнах: Польща, Угорщина, Грузія, Молдова. Білорусь.

Також пропонуємо алгоритм розрахунку оптимізованої структури витрат на міжнародні маркетингові комунікації, на основі якої можливе досягнення синергічного ефекту від використання всіх складових системи маркетингових комунікацій, що є головною проблемою на підприємстві.

На ПАТ «РКТК» варто суттєво вдосконалити управління продажами продукції шляхом активізації персональних продажів. Персональний продаж являтиме собою особисте інформування клієнтів про продукцію і може стати одним із методів просування продукції поряд з рекламою.

Одним з пріоритетних напрямків удосконалення управління діяльністю ПАТ «РКТК» є підвищення ефективності управління окремими процесами на підприємстві, що можна забезпечити, окрім іншого, за рахунок впровадження сучасних програмних засобів управління, удосконалення інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень в галузі виробництва, збуту, у тому числі на експорт, а також за рахунок автоматизації взаємодії учасників управлінських процесів на засадах проектно-орієнтованого управління.

Як комплексне рішення пропонується впровадження на підприємстві автоматизованої системи планування та обліку – ERP-системи.

У цілому шляхами підвищення ефективності експортної діяльності досліджуваного підприємства мають бути:

розширення зовнішніх ринків збуту продукції підприємства;

активізація рекламної діяльності на зовнішніх ринках;

стимулювання за рахунок розширення клієнтської бази на зовнішніх ринках.

ВИКОРИСТАННЯ МЕХАНІЗМІВ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТНК

Автор: студент групи МЕ-113М, Трунов Д.О.
trunovd@icloud.com
Керівник: д.е.н., проф. Мокій А.І.
ЗІЕІТ, Україна м. Запоріжжя вул. Кияшко 16-б

Актуальність роботи полягає у тому що дослідження інтернаціоналізації та особливостей національних ринків та прикладання методів ефективних для цих ринків скоріше за все сприятливо вплине на самі національні ринки.

Метою дослідження є знаходження найбільш ефективних механізмів інтернаціоналізації , які сприятимуть ефективній діяльності ТНК на території країни , ефективному входу країни на міжнародний ринок та механізми, які можливо застосувати щоби підвищити ефективність економіки в відповідної країні.

Завданнями дослідження є:

- визначення механізмів інтернаціоналізації, ефективності та сутності їх використання;
- дослідження діяльності транснаціональних корпорації на території України та їх ефективність;
- визначення системних характеристик ТНК у світової економіці, важливість їх присутності, тенденції розвитку та вплив на світову економіку та глобалізацію;
- прогнозування впливу методів господарювання, які використовують ТНК на території України та їх позитивні та негативні наслідки у довгостроковій перспективі.
- виявлення пріоритетних механізмів та засобів інтернаціоналізації країни;
- виявлення сильних та слабких сторін ТНК на внутрішньому ринку країни.

Проведені дослідження показують що в Україні йде колосальна тенденція на інтернаціоналізацію, хоча цей курс був обраний порівняно з іншими подібними країнами не так давно, але ефективність цього процесу повільно, але стабільно підвищується з роками. Із інших країн надходять не тільки товари, але й інвестиції. Не можливо сказати що вплив інтернаціоналізації ринку цілком позитивний , але тенденція на підвищення економічної стабільності є. Незважаючи на це, у випадку з Україною, інвестиційне поле не є дуже привабливим для іноземних інвесторів та як наслідок, реальні інвестиції на промисловість та сферу послуг йдуть дуже повільно, хоча, через інструменти інтернаціоналізації країни, тенденція на розвиток є.

В процесі дослідження зазначеної теми та за результатами отриманих даних можна зробити наступні висноски:

1. Інтернаціоналізація ринку є природним продовженням національних ринків і зараз - етап переходу від одного до іншого.
2. Країни, особливо не стабільні , дуже важко переносять інтернаціоналізацію і не довіряють ТНК
3. Існують декілька інструментів інтернаціоналізації , які може використовувати корпорація щоби з найбільшою вигодою та найменшим негативним впливом увійти на ринок тої чи іншої країни.
4. ТНК в Україні входять на ринок дуже повільно через нестабільність країни і ринку.
5. У світі є приклади інтернаціоналізації ринку схожого з ринком України, які перейшли до глобальної спільноти і їх опит можливо запропонувати Україні.

СЕКЦІЯ - 4

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

ОБЛІК ТА ОПОДАТКУВАННЯ

Голова - д.е.н., проф. Жерліцин Д.М.

Співголова - к.е.н., проф. Оглобліна В.О.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Автор: студентка групи ФБСС-227-м Абрамова Г.В.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Гузенко О.П.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Дослідження проблем фінансової діяльності підприємств показало, що відчувається нестача власних фінансових ресурсів, практично відсутня система впровадження інноваційних підходів як у виробничих циклах, так і циклах просування продукції на ринки попиту і пропозиції. Крім того більшість підприємств обмежуються застарілими методами управління фінансовою діяльністю, проте мінливість сфери бізнесу нівелює намічені результати. Стає зрозумілим, що сучасне вітчизняне підприємство з метою виживання в умовах регульованої ринкової економіки має змінювати процеси управління загальними процесами на підприємстві із урахуванням оновлених важелів правління фінансами. В залежності від сфери бізнесу фінансовий штат на підприємствах у більшості випадків обмежений за кількістю фахівців. Практика доводить, що такий підхід в управління фінансовою діяльністю є хибний. Не до оцінювання рольового аспекту людського ресурсу в даному процесі призвело до зниження якісного рівня прийняття управлінських фінансових рішень.

Вивчаючи праці провідних науковців з проблеми, котра вивчається показало, що представниками теоретичних сегментів в управлінні фінансовим станом підприємств виступають ,з одного боку сутнісні характеристики фінансових категорій ,з іншого боку представники(інструменти) як аналітичного, так управлінського циклів. Так чисельні наукові праці як вітчизняних, так і зарубіжних вчених пропонують визначати фінансову діяльність як весь комплекс функціональних завдань, здійснюваних фінансовими службами підприємства і пов'язаних з фінансуванням, інвестиційною діяльністю та фінансовим забезпеченням (обслуговуванням) операційної діяльності підприємства. Ми вважаємо фінансову діяльність підприємств варто розуміти як сукупність взаємодії людського, виробничого та фінансового ресурсу, котра націлена на формування його грошових фондів, з метою забезпечення розвитку підприємства в поточному та майбутньому періоді, у відповідності зі стратегією розвитку. Саме такий підхід на нашу думку більш поглиблено розкриває змістовність подій даного процесу.

До складу теоретичних аспектів процесу управління фінансовою діяльністю підприємств також включають: розгляд існуючих методик визначенні фінансових критеріїв; вивчення методів аналітичної оцінки обробки фінансової інформації та процеси управління фінансовою діяльністю, яке має знаходитися в тісній взаємодії з процесом організації фінансової роботи взагалі. У більшості випадків фінансову роботу проводять фахівці, котрі здатні провести не лише розробку фінансового плану підприємства, а перш за все розробити загальну фінансову політику накопичення власних фінансових ресурсів. Аналітична складова спирається на метод економічного аналізу, який надає можливість адаптувати різні способи і прийоми обробки інформації. В свою чергу управління фінансами з теоретичної позиції охоплює класичні підходи менеджменту, а саме керуючу та керовану систему управління. В цілому на думку багатьох науковців та фахівців практиків у фінансовій сфері управління фінансовою діяльністю підприємств має входити до складу загальної управлінської системи, що забезпечить відповідність обсягу фінансових ресурсів наміченим напрямкам стратегічного розвитку підприємства.

Варто зазначити питання управління фінансовою діяльністю підприємств не втрачає актуалізації та потребує постійного дослідження в умовах регульованої ринкової економіки.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ ЗМІНИ ВЕКТОРУ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Автор: студентка групи ФБС– 217 м Алещенко А. О.
aleshenko@gmail.com
Керівник: к.е.н., доц. Гнєушева В.О.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшко, 16-б

Підписання Угоди «Про асоціацію» між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони у 2014 році, а також агресивні дії по відношенню до територіальної і економічної цілісності країни зі сторони держави – агресора призвели до кардинальної зміни вектору розвитку вітчизняної економіки, де замість моно полярності з акцентом на співпрацю з країнами бувшими республіками СРСР прийшла багатополярність з нарощуванням інтеграції у економічний простір Євросоюзу.

Різка зміна вектору розвитку національної економіки та відсутність перехідного періоду мала значні негативні наслідки для вітчизняної промисловості, так згідно даних Державної служби статистики України у 2014 році в країні був спад промислового виробництва (-1,7%), а всі інші роки після зміни вектору розвитку вітчизняної економічної системи зростання промислового виробництва не перевищувало 2,5 % у рік. При цьому, відзначаємо, що статистичні дані спирались на вартісну оцінку промислового виробництва, яке було номіноване у національній валюті, що, враховуючи інфляційні та девальваційні процеси, які відбувались у національній економіці у 2014 – 2017 роках, свідчить про глибоку кризи вітчизняної промисловості та наявність значних проблем.

Серед головних проблем промислового сектору економіки України, які були викликані зміною вектору розвитку економічної системи держави слід відмітити:

- не готовність до конкуренції на нових зовнішніх ринках збуту продукції за якістю та асортиментом продукції. Вітчизняна промисловість була орієнтована на виготовлення низькою за якістю дешевої продукції переважно під радянські стандарти, що повністю не підходить для нових ринків збуту;

- не готовність конкурувати на вітчизняних ринках збуту, оскільки відбувається програш по ціні дешевій продукції з країн Південно – Східної Азії на чолі з Китаєм та програш по якості для продукції середнього і високого цінового сегменту країнам Європейського Союзу та іншим високо розвинутим державам (США, Японія, Канада та ін.);

- низька інноваційність процесів виготовлення продукції та відсутність інновацій у функціонуванні вітчизняних промислових підприємств;

- дефіцит інвестиційних та кредитних ресурсів, а також значна по зрівнянню з закордонними конкурентами їх вартість.

Не зважаючи на наявність ряду значних проблем національна промисловість отримала значні перспективи щодо розвитку в умовах зміни вектору розвитку економіки України, а саме: можливість виходу на нові, ємні ринки, у першу чергу Європейського Союзу; доступ до інтеграції у великі іноземні компанії та транснаціональні корпорації; можливість інтеграції до світового інноваційного простору і доступу до новітніх розробок; нові інвестиційні та кредитні можливості.

Таким чином відзначаємо наявність значної кількості проблем при великих перспективах розвитку для українських промислових підприємств в умовах зміни вектору розвитку національної економіки, що вимагає від них прискорення реакції на зміни та більшої адаптивності до таких змін.

ОГЛЯД ТЕОРЕТИЧНИХ СЕГМЕНТІВ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ ПІДПРИЄМСТВ

Автор: студентка групи ФБСС-227-м Байдецька Я.В.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Гузенко О.П.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Фінансовий стан вітчизняних підприємств потребує заходів зміцнення критеріїв оцінювання так, як їх величина не сприяє їх якісному розвитку. При цьому в процесах оцінювання фінансового стану підприємства незалежно від сфери бізнесу мають проблему невідповідності методики визначення показників та порядку відображення інформації у річний звітності, котра виступає інформаційним ресурсом. Для зниження рівня не відповідності сучасному підприємству необхідно мати низку заходів удосконалення процесу управління фінансовим станом, проте як показує практика без розуміння теоретичних основ даного процесу дієвість заходів може мати великий сумнів. У зв'язку із зазначеним обраний напрямок дослідження є актуальним та сучасним.

Результати проведених досліджень показують, що теоретичною основою процесу управління фінансовим станом підприємств є: розгляд змістовності поняття «фінансовий стан»; порядок розрахунку критеріїв оцінювання рівня фінансового стану; аналітичний і управлінський цикли. Особливістю зазначених складових є визначення як позитивних, так і негативних факторів впливу. Вивчення різних наукових точок зору щодо змістовності поняття «фінансовий стан» показало, що існує неоднозначність в трактуванні. Провівши дослідження ми дійшли висновку, що дане поняття слід розуміти наступним чином: складна, інтегрована за багатьма показниками характеристика діяльності підприємства в певному періоді, що відображає рівень його фінансової конкурентоспроможності, ступінь забезпеченості підприємства власними та залученими фінансовими ресурсами, ступінь їх співвідношення між собою та раціональності розміщення, забезпеченості власними оборотними коштами для своєчасного проведення грошових розрахунків за зобов'язаннями та здійснення ефективної господарської діяльності в майбутньому. Такий підхід на нашу думку має більш поглиблену характеристику так, як охоплює елементи фінансових відносин, котрі виникають при взаємодії складових інформаційного потоку в період розрахунку конкретного критерію.

Окремого дослідження в теоретичному сенсі мають проводитися в сфері вивчення різних методик, які висвітлюють правила розрахунку показників оцінки майнового стану підприємства, його ділової активності, фінансової стійкості, а також ліквідності та платоспроможності. Разом з тим більшість науковців роблять наголос на необхідності одночасного визначення критеріїв рентабельності. Ми вважаємо такий підхід з одного боку обтяжує розрахунковий пакет фінансових критеріїв оцінювання, з іншого боку в кінці звітних періоду підприємства визначають рівень ефективності діяльності до якого варто включити показники рентабельності. Такий підхід розширить сферу оцінювання та звузить його змістовність.

З позиції аналітичного та управлінського циклу фінансового стану підприємств варто зазначити, що аналітичні процедури у більшості випадків спираються на коефіцієнтний метод, а в управлінському циклі привалює контрольна функція, котра має досліджувати збереження рівня обраних критеріїв оцінювання фінансового стану. Ми вважаємо , що теоретичні сегменти управлінського циклу досліджено науковцями на достатньо високому рівні, разом з тим самі процедури оцінювання фінансового стану підприємств потребують вдосконалення. Так потребує окремої уваги управлінський цикл, який на нашу думку має спиратися на процеси не контролю за величиною обраних критеріїв, а на процес моніторингу, який набагато ширше насичений інструментарієм певної дії. В самому процесі моніторингу закладено не лише елемент контролю за величиною критеріїв, а перш за все постійного нагляд за їх рівнем. Зазначене має стати основою подальших досліджень, що сприятиме розробці більш дієвих заходів удосконалення процесу, який вивчається.

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ ЯК БІЗНЕСУ

Автор: студентка групи ФБСС-227-м Баймайстрюк Г. А.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Волошина К.А.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Одним з найважливіших факторів володіння бізнесом є збільшення його вартості, існує також попит на оцінку з боку поточних акціонерів, які бажають по-перше - мати оцінку реальної вартості свого банку, по-друге - намітити план заходів, здатних її підвищити.

І нарешті, необхідний аспект при банкрутстві кредитної організації і її ліквідації - це оцінка ліквідаційної вартості, що дозволяє оцінити масштаб можливостей для задоволення претензій кредиторів.

Банківська організація є специфічним видом бізнес-діяльності, але на неї розповсюджуються ті самі вимоги зацікавлених сторін (груп стейкхолдерів) відносно ринкової вартості та факторів, що її визначають.

Враховуючи специфіку діяльності фінансово-кредитних організацій, підходи до оцінки комерційного банку як бізнес-одиниці повинні мати відмінності, що визначаються організацією фінансової роботи у банку, ринковими умовами його функціонування, системою важелів впливу на діяльність таких установ з боку уповноважених державних органів тощо.

При розгляді підходів до оцінки вартості банківського бізнесу варто відзначити той факт, що дана проблема досліджуватись почала відносно нещодавно. Але на даний момент часу вже існує достатній науково-методичний апарат для визначення різних видів вартості. Кожен з таких методів спирається на ті фактори, які є необхідними за умовами його застосування.

Загалом всі підходи, що використовуються для визначення вартості банківського бізнесу, можна розділити на аналітичні та синтетичні.

В останні роки вартість бізнесу все частіше оцінюється за допомогою різноманітних математичних моделей, в основу яких покладене систему рівнянь, які запропонували американські дослідники Фішер Блек та Майрон Шоулз для визначення вартості опціонів. Якщо уявити, що банківський бізнес є активом на продаж з непередбачуваною тривалістю як самого акту купівлі, так й періодом користування (виділення капітального добутку), то модель опціонів дійсно може бути використана для оцінки теперішньої ринкової вартості банку в якості бізнес-одиниці.

У нашому дослідженні на матеріалах ПАТ «Альфа-Банк» було здійснено спробу поєднання різних підходів до встановлення ринкової вартості бізнесу цього банку. За результатами дослідження було зроблено висновок, що врахування різноманітних факторів, які впливають на вартість бізнесу банківської установи дозволяє більш об’єктивно встановити цю вартість. У зв’язку із цим у дослідженні було проведено факторний аналіз вартості бізнесу ПАТ «Альфа-Банк» на базі моделей дохідного та витратного підходів, які є класичними в оціночній діяльності.

Проведений факторний аналіз вартості банківського бізнесу був доповнений аналізом конкурентних позицій ПАТ «Альфа-Банк», оскільки, на наше переконання, зовнішні умови ведення бізнесу, у тому числі, банківського, іноді завдають вирішального впливу на вартість об’єкту, що оцінюється. Тому включення до моделі оцінки банківського бізнесу складової, яка враховує конкурентні позиції установи, дозволяє розширити коло факторів впливу, що враховуються, а також наблизити модель, яка розробляється до еталонного виду, за який було прийнято модель оцінки опціонів Блека-Шоулза.

У подальшому на підставі використання факторної моделі оцінки бізнесу банківської установи будуть визначені пріоритетні напрямки підвищення вартості ПАТ «Альфа-Банк».

ФІНАНСОВА ДІАГНОСТИКА В СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ АКЦІОНЕРНИМИ ТОВАРИСТВАМИ

Автор: студентка групи ФБСС-117-м Божок Г.К.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Волошина К.А.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Кожне підприємство в сучасних умовах конкуренції, що посилюється має високу потребу в проведенні аналізу та діагностики свого фінансового стану, а також у виявленні факторів зміни результатів діяльності і створенні бази для прийняття управлінських рішень, які сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності або збереженню її на колишньому рівні. У зв'язку з цим діагностика фінансового стану в організації стає особливо актуальним процесом.

Діагностика є аналітичної процедурою, що має на меті встановлення «слабких сторін» фінансового механізму підприємства. Крім того, за допомогою діагностики можна передбачити подальший розвиток подій на основі тенденцій, що спостерігаються.

Встановлення та вивчення ознак, визначення основних характеристик, які повністю відображають стан організації (технічне, економічне, фінансове), з метою передбачення можливих відхилень від нормативних значень і щоб уникнути порушення повноцінного функціонування господарюючого суб'єкта є сутність проведення діагностики в організації.

Головною метою, якої служить діагностика фінансово-господарської діяльності підприємства, є підвищення ефективності роботи суб'єкта, засноване на системному вивченні всіх видів його діяльності і узагальненні отриманих результатів.

Предметом діагностики фінансової діяльності підприємства виступають: аналіз фінансового стану, виробничих і економічних результатів, результатів соціального розвитку, використання трудових ресурсів, аналіз стану і використання основних фондів, витрат на виробництво і реалізацію продукції (робіт, послуг), а також оцінка ефективності.

Результати діагностики мають велике значення як для керівників і фахівців підприємств для обґрунтованого прийняття управлінських рішень, так і для акціонерів і засновників, кредиторів і інвесторів, постачальників і покупців, для держави в цілому і місцевих органів самоврядування, що визначають податкову політику в країні і регіоні.

Аналіз і діагностика фінансового стану на підприємстві полягають в обробці великої кількості інформації, що міститься в основних звітних документах.

На практиці використовуються численні методи і прийоми діагностики (деталізація, порівняння, агрегування та ін.), спільно з якими важливо застосовувати елементи творчого підходу. У будь-якому випадку доцільно виходити з конкретної ситуації і професійного рівня фахівців, які здійснюють діагностування.

КОМПАРАТИВНА ОЦІНКА ЗАКОРДОННИХ МЕТОДИК АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

Автор: студент групи ФБС– 113 м Вієнко М. С.
vienko@gmail.com
Керівник: к.е.н., доц. Оглобліна В.О.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшко, 16-б

Ринок страхових послуг є одним з найбільш важливим для сучасного посткризового відновлення економіки України, оскільки виконує декілька важливих цілей для неї, а саме: виступає одним з головних інструментів зменшення ризиків діяльності суб'єктів підприємницької діяльності; є одним зі значних джерел надходження інвестицій; виступає одним з ключових постачальників доходів бюджетів різних рівнів та позабюджетних фондів. При цьому, ефективність його функціонування і розвитку залежить від ефективного та результативного розвитку окремих страхових компаній.

Відзначаємо, що в умовах кризового та посткризового розвитку як національної економічної системи в цілому, так і ринку страхування зокрема страхові компанії продемонстрували недостатню адаптивність до негативних змін у зовнішньому середовищі, що було викликано досить низькою якістю управлінської інформації, яку вони отримували, у першу чергу в межах аналізу власного фінансового стану.

Наголошуємо на необхідності удосконалення існуючих та розробки нових методик аналізу фінансового стану страхових компаній в Україні з врахуванням закордонного досвіду. У той же час, необхідно розуміти, що специфіка функціонування страхових організацій на національному ринку страхових послуг вимагає компаративної оцінки таких методик.

Дослідження закордонних методик аналізу фінансового стану страхових компаній дозволяє виділити наступні з них:

- методика, що була розроблена та запропонована А. Рид Лажу і С. Фостер Рид, яка включає в себе п'ять складових та ряд індикаторів оцінки. Відзначаємо, що методика більше придатна для оцінки функціонування страхової компанії взагалі, ніж для оцінки її фінансового стану;

- методика Болгарської фондової біржі, що включає в себе 12 показників фінансового стану страхової компанії. Наголошуємо на відсутності аналізу абсолютних показників фінансового стану страхових організацій у методиці і досить незначну кількість показників аналізу;

- методика Міжнародної системи сертифікації, що включає в себе розрахунок 16 коефіцієнтів. Робимо акцент на тому, що у методиці також ігнорується аналіз абсолютних показників оцінки фінансового стану страхової компанії і коефіцієнти орієнтовані тільки на три напрямки аналізу (ефективність, ліквідність, ділова активність) без врахування оцінки фінансової стійкості страхової організації;

- методика групи Світового банку, що включає в себе 18 індикаторів оцінки фінансового стану страхової компанії. При цьому, аналіз абсолютних показників фінансового стану страховиків ігнорується, а коефіцієнтний аналіз направлений на оцінку ефективності та страхової діяльності страхових організацій, що робить його досить мало інформативним з точки зору отримання інформації про фінансовий стан таких компаній.

Таким чином можемо зазначити, що компаративна оцінка закордонних методик аналізу фінансового стану страхової компанії показала значні проблеми у їх застосуванні та необхідність адаптації до умов функціонування страхових організацій на українському ринку страхових послуг. За таких умов, важливою є удосконалення та розробка нових методик аналізу фінансового стану страховиків з врахуванням напрацювань закордонних вчених, комерційних та не комерційних організацій, бізнес – одиниць.

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ БАНКУ В УКРАЇНІ

Автор: студентка групи ФБС-113м Горощенко А. С.
naska9813@gmail.com
Керівник: к.е.н., доцент Абубекерова А. З.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшко, 16-б

Кредитна діяльність банку – це процес із відтворення і реалізації кредитних відношень з метою отримання прибутку. Основою кредитної діяльності банків є кредитні операції. Дотримання принципів банківського кредитування сприяє ефективному управлінню кредитом. Основна мета банківського менеджменту полягає в забезпеченні максимального прибутку за допустимого рівні.

У сучасних умовах завдання банківського менеджменту полягає у недопущенні зниження прибутку, тому що це відображається як на показнику достатності капіталу, так і на рівні конкурентоспроможності банку.

Якщо ефективність роботи банку знижується, то для забезпечення бажаного рівня прибутковості капіталу необхідно погодитися на вищий ризик – збільшити відношення активів до капіталу. Це означає, що навіть банк із невисоким показником прибутковості активів може досягти відносно високого рівня прибутковості капіталу за рахунок максимально можливого використання боргових зобов'язань.

Рівень ефективності кредитної діяльності банку визначається дохідністю кредитного портфеля та прийнятим банком кредитним ризиком, рівень якого може суттєво збільшитись у періоди економічних криз. Практика демонструє, що успішність управління ефективністю банківських вкладень та формування ефективної структури кредитного портфеля банку багато в чому залежить від можливостей менеджменту банківських установ, що здійснює оптимальне формування та управління кредитним портфелем.

Будь-яке рішення щодо здійснення кредитної операції має базуватися на результатах аналізу співвідношення очікуваного доходу й ризику, адже якщо аналізується лише один показник, одержати достовірні результати досить складно.

За умов високої ризиковості ринкового середовища фінансовастійкість банку залежить від забезпечення прибуткової діяльності, вибору раціонального варіанта розміщення ресурсів, можливості оцінювати та контролювати ризики.

Вважаю, що для підвищення ефективності кредитної діяльності потрібно виконати комплекс завдань, а саме:

- забезпечення прозорості діяльності банківських установ в Україні;
- підвищення стабільності умов функціонування банківської системи;
- запровадження системи об'єктивного оцінювання кредитоспроможності позичальників;
- стимулювання розвитку довгострокового кредитування;
- приведення у відповідність нормативів та стандартів діяльності банківських установ до світових вимог;
- створення сприятливих пільгових умов для кредитування малого та середнього бізнесу;
- підвищення заходів щодо неповернення наданих кредитів;
- забезпечення диверсифікації банківських активів та інше.

Отже, управління фінансовим результатом кредитної діяльності банку – це комплекс взаємопов'язаних управлінських рішень щодо процесу формування прибутку, його розподілу та використання. В умовах ринкової економіки отримання прибутку й забезпечення рентабельної діяльності є необхідним чинником існування банку. Прибуток характеризує стійкість банку. Він необхідний для створення адекватних резервних фондів, стимулювання персоналу і керівництва до розширення та вдосконалення операцій, скорочення витрат і підвищення якості послуг, що надаються.

В умовах високої ризиковості ринкового середовища кредитна діяльність та фінансова стійкість банку залажить від забезпечення прибуткової діяльності, вибору раціонального варіанта розміщення ресурсів, можливості оцінювати й контролювати ризики. Ефективний механізм управління фінансовими результатами банку дозволяє в повному обсязі реалізувати цілі і завдання, що стоять перед ним, сприяє результативному здійсненню функцій цього управління.

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ

Автор: студентка групи ОО-227-м Д'яченко А. О.
Керівник: доктор економічних наук, доцент Ізмайлов Я.О.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Зважаючи на кардинальну зміну вектору спрямування економіки України, її орієнтацію на західні ринки, найперше, на Євросоюз, глобалізацію суспільних відносин, виникає потреба в посиленні інвестиційно-інноваційного розвитку національної економіки. Це вимагає додаткових інформаційних джерел стосовно впровадження нової техніки, ефективності застосування нових технологій. Активне інвестування в інноваційну сферу є вирішальною умовою стійкої життєздатності підприємства як на етапі загострення кризових явищ, так і на стадії зростання економічного потенціалу країни.

Тільки інвестиції та інновації були і залишаються дієвим засобом налагодження і розвитку діяльності суб'єктів господарювання відповідно до обраної економічної стратегії. Повне й об'єктивне розкриття інформації про господарську діяльність в бухгалтерському обліку і фінансовій звітності та її детальний аналіз створюють надійне підґрунтя для вірного обрання інвестиційно-інноваційних пріоритетів.

Для підприємств України, що останнім часом зазнали відчутного впливу коливань попиту на свою продукцію та цін на сировину, постає першочергове завдання визначення резервів розширення можливостей інвестування в технічне переоснащення виробництва для набуття конкурентних переваг. У забезпеченні довіри і конструктивної співпраці між суб'єктом-господарювання, національними і закордонними контрагентами, вагому роль відіграє вчасне надання повної та належним чином структурованої обліково-аналітичної інформації про господарську діяльність підприємств.

Тому, доволі прийнятною з методологічної точки зору може бути рекомендація замінити у формах фінансової звітності підприємств України назву „інвестиційна" діяльність на „інвестиційно-інноваційна". Відображення витрат на інновації у складі інвестиційно-інноваційної, операційної та фінансової діяльності підприємств, дозволить раціонально організувати цю ділянку обліку, гарантуючи повноту і достовірність наведеної інформації.

Функціонування підприємств в умовах інвестиційно-інноваційного розвитку України, має на меті досягнення цілей шляхом вирішення певних завдань. Основними напрямами досягнення мети інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств повинні бути: оновлення основних засобів; впровадження передових, зокрема, ресурсозберігаючих технологій виготовлення продукції; розширення випуску традиційної продукції, яку виготовляє підприємство; розроблення та виготовлення інноваційних видів продукції.

У будь-якому процесі завжди здійснюється витрати та перетворення ресурсів, що вводяться до процесу відповідно для його підтримки та розвитку. Ресурси, що вводяться до господарського чи економічного процесу (зокрема інвестиційного та інноваційного процесів) як потенційні джерела створення економічних благ можуть включати: природні ресурси (природні речовини, які потенційно придатні для їх використання у виробничому процесі); матеріальні ресурси (все, що зроблено працею людини, зокрема засоби виробництва, які необхідні для виробничого процесу); трудові ресурси або людський персонал, який задіяний на всіх етапах процесу; інвестиційні та фінансові ресурси; інформаційні та інтелектуальні ресурси, зокрема різного характеру об'єкти прав інтелектуальної власності (винаходи, результати науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), патенти тощо). Зазначені ресурси мають бути введені до господарського процесу (включаючи інвестиційний, інноваційний процеси) та скеровані інтелектуальним ресурсом управлінського рішення.

Хоча інноваційну діяльність немає сенсу розглядати як окремий вид діяльності підприємства, але її слід обліковувати у постійному взаємозв'язку з операційною, фінансовою та інвестиційною діяльністю. Причому першочерговим є зв'язок інноваційного процесу саме з інвестиційною діяльністю, тому що розробити та впровадити інновації неможливо без інвестиційних витрат на ці потреби. Через інвестиційну діяльність відбувається процес перетворення грошових коштів, наукових розробок, організаційно-технічних рішень, вдосконалених конкурентоздатних технологій у якісно нові основні засоби, інші необоротні матеріальні й особливо нематеріальні активи. При операціях з надходження і створення інновацій у вигляді нематеріальних активів потрібно керуватись П(С)БО 8 „Нематеріальні активи", згідно з яким нематеріальний актив є немонетарним активом, що не має матеріальної форми, може бути ідентифікований та утримується підприємством з метою використання протягом періоду більше одного року (або одного операційного циклу, якщо він перевищує один рік) для виробництва, торгівлі, в адміністративних цілях чи надання в оренду іншим особам.

Отже, для вирішення проблем обліку інноваційної діяльності підприємств України потрібна чітка пошагова концепція розвитку бухгалтерського обліку в Україні для забезпечення єдиних орієнтирів та стратегії розвитку всієї економіки на інвестиційно-інноваційних засадах. Також потрібно розробити проект національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку „Інноваційна діяльність", який би встановлював чіткі правила та визначав методологічні засади формування в бухгалтерському обліку і звітності підприємств інформації про інноваційну діяльність у складі інвестиційної, операційної та фінансової діяльності.

ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Автор: студентка групи ФБСС-227-м Дейнега О. О.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Гузенко О.П.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Управління фінансовими результатами діяльності підприємств залишається актуальною проблемою дослідження так, як має забезпечити накопичення власного ресурсу фінансування діяльності. Фінансові результати діяльності підприємств мають дві форми прояву, а саме, з одного боку вони характеризують декілька видів прибутку, які отримує підприємство, з іншого боку підприємство може отримати збитки Саме вірогідність отримання збитку в сучасних умовах господарювання вітчизняних підприємств визначає актуальність обраного напрямку дослідження. На даний час підприємство зобов'язане вжити всі важелі управління фінансовими результатами, щоб не допустити створення середовища, котре може привести до певної величини збитку. У зв'язку з цим фахівці сучасних підприємств мають володіти інноваційним інструментарієм правління, який здатен знизити загрозу отримання від'ємного фінансового результату діяльності.

Доведено розробка дієвих заходів збільшення фінансового результату діяльності підприємств неможлива без володіння фінансистами підприємства теоретичними підходами щодо їх визначення. Чисельні наукові дослідження показують, що фінансові результати діяльності розуміють як підсумкову категорію результативності господарської діяльності, котра відображає величину економічних вигод отриманих (втрачених) підприємством, визначених як різниця між сумами доходів та відповідних їм витрат, що виражена у абсолютних показниках прибутку (збитку), які характеризують потенціал прибутковості, економічного зростання та розвитку підприємства. Зважаючи на складність, практичну спрямованість і багатогранність цієї економічної категорії, її місце, роль, джерела формування, а також економічний та бухгалтерський підхід до оцінки варто розмежовувати поняття «прибуток» та «фінансові результати» виникає необхідність у формуванні власної позиції щодо її трактування. Ми вважаємо категорію « фінансові результати діяльності підприємств» варто формулювати наступним чином: узагальнений результат господарювання, що відображає рівень результативності фінансово-господарської діяльності підприємства, можливості кількісного зростання основних економічних показників та характеризує потенціал стійкого розвитку підприємства.

Результати досліджень показують, що саме визначення сутнісної характеристики предмету дослідження сприяє розгляду наступних теоретичних підходів : аналітичного та управлінського. Аналітична оцінка фінансових результатів діяльності підприємств лежить в площині класичних способів та прийомів, які використовують на основі методу економічного аналізу. Комплексний підхід до аналітичної оцінки фінансових результатів діяльності підприємства як правило включає три ключові блоки: організаційний, методичний та результативний. В свою чергу управлінський цикл включає заходи зі спільної фінансової роботи на підприємстві, довгострокового мислення, формування людського капіталу та лояльності клієнтів. Воно оцінює лідерів, які будують людський капітал, мотивацію співробітників і розвиток персоналу, а також управління ними.

Наступним кроком дослідження має бути розробка заходів націлених на збільшення фінансових результатів діяльності підприємства при залученні сучасних важелів управління тими складовими, які його формують.

ПОСИЛЕННЯ РОЛІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СИСТЕМІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Автор: студент групи ФБСС-117-м Кирпічов В. В.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Волошина К.А.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Проблеми корпоративного управління останнім часом набувають все більшого інтересу як в колах науковців, так і практиків. Якість управління корпораціями визначає їх ефективність, конкурентоспроможність, ринкову та фінансову стійкість тощо. Особливої ваги удосконалення корпоративного управління набуває в умовах загострення економічної кризи. Корпоративне управління визначається специфікою підприємства як об'єкту управління і спрямоване на збалансування взаємовідносин учасників підприємства, покращення його взаємодії із зовнішнім середовищем, подолання корпоративних конфліктів, визначених особливостями корпоративної форми власності.

Можна зазначити, що реформування корпоративного управління стало невід'ємною компонентою інформаційної світової економіки.

З метою поліпшення ефективності корпоративного управління необхідно формувати механізм корпоративного управління, структурними елементами якого мають бути наступні:: організаційно-правовий механізм функціонування; організаційно-технічні та адміністративно-регулюючі технології прийняття управлінських рішень; інформаційно-технологічні важелі забезпечення акціонерної демократії; норми господарського та корпоративного права; акціонерний механізм самофінансування розвитку підприємства; механізми ринкового ціноутворення; механізм інвестування на основі позичкових засобів; мотиваційний механізм, зорієнтований на формування та використання мотивів розвитку, якісної праці, підприємництва та ініціативи, соціально-психологічний механізм, що використовує важелі корпоративної культури, прогресивних стилів управління, пом'якшення конфліктів.

Система корпоративного управління повинна ґрунтуватись на принципах корпоративного управління України та використовувати найкращі міжнародні рекомендації щодо розповсюдження ефективної практики такого корпоративного управління.

Принципи корпоративного управління повинні визначати глибокі, саме принципові закономірності й одночасно служити керівництвом до практичних дій. Принципи корпоративного управління повинні містити ключові засади, на основі яких мають розвиватися корпоративні відносини на підприємстві та конкретні рекомендації щодо якісного та прозорого управління підприємством відповідно до міжнародних стандартів.

Поліпшення системи корпоративного управління потребує запровадження організаційної моделі, яка надасть можливість належним чином представляти і захищати інтереси своїх інвесторів. Доведено, що у системі корпоративного управління найбільш складною і відповідальною ланкою є фінансовий менеджмент. У цьому зв'язку необхідно чітко визначати основні завдання фінансового менеджменту.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студентка групи ФБСС-227-м Коляда І. В.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Волошина К.А.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Фінансова стійкість підприємства є невід'ємним поняттями ринкової економіки. Кожен суб'єкт господарювання прагне підтримувати стійкий фінансовий стан, абсолютну ліквідність та платоспроможність. Головною проблемою ефективного функціонування підприємств України сьогодні є відсутність такої комплексної оцінки фінансової стійкості, яка б дійсно давала керівництву підприємства виявляти слабкі місця та приймати правильні управлінські рішення.

Управління фінансовою стійкістю підприємства є одним з найбільш значущих функціональних напрямів системи фінансового менеджменту, яка досить тісно пов’язана з іншими системами управління. Управління фінансовою стійкістю підприємств є системою принципів і методів розробки та реалізації управлінських рішень, пов’язаних із забезпеченням такого стану фінансових ресурсів, їх формуванням і розподілом, яка б дозволила підприємству розвиватися на основі зростання прибутку та капіталу при збереженні платоспроможності та кредитоспроможності, а також забезпечення та підтримання фінансової рівноваги підприємства.

До основних напрямків зростання фінансової стійкості доцільно віднести зростання власного капіталу, довгострокових залучень капіталу та зменшення поточних зобов'язань.

Шляхи підвищення фінансової стійкості спрямовуються на наступне: для раціонального використання виробничих запасів запровадити чітку систему планування цих запасів; для зменшення ризику неповернення коштів за реалізовану продукцію здійснювати аналіз платоспроможності та фінансової стійкості покупців; для покращання роботи із дебіторами необхідно розробити політику збору платежів за реалізовану продукцію щодо своїх контрагентів; для збільшення ліквідності, підвищення рентабельності та прибутків слід використовувати такий вид банківських послуг, як факторинг; запровадити моніторинг щодо стану дебіторської заборгованості та впроваджувати заходи для зменшення частки дебіторської заборгованості в структурі оборотного капіталу. Реалізація запропонованих напрямків зможе забезпечити такий стан фінансових ресурсів, за раціонального розпорядження якими буде гарантується наявність власних коштів, стабільна продуктивність і буде забезпечуватися процес розширеного відтворення.

Механізм управління фінансовою стійкістю повинен бути частиною загальної системи управління підприємством, що забезпечить вплив на чинники, від яких залежить загальний результат діяльності. Процес формування механізму управління фінансовою стійкістю підприємства доцільно представити у вигляді послідовності пов’язаних між собою етапів. Спільним для кожного етапу розробки механізму управління фінансовою стійкістю повинно бути використання інструментів управління фінансовою стійкістю підприємства.

ЗАРУБІЖНІ МОДЕЛІ ОЦІНКИ ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ У ВІТЧИЗНЯНІЙ ПРАКТИЦІ

Автор: студент групи ФБС 113 м Кочан А.К.
koshan@gmail.com
Керівник: к.е.н., доцент Борисенко Т.М.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшко 16-б

До методів прогнозування ймовірності банкрутства, що засновані на побудові економіко-математичних моделей, відносяться такі, як дискримінантний аналіз, кластерний аналіз, дерева класифікації та імітаційне моделювання. З економіко-математичних методів, використовуваних для прогнозування банкрутства підприємств, найбільше часто застосовуваним на практиці є дискримінантний аналіз.

У сучасних умовах, доцільно виділити дві групи моделей: моделі вчених економічно розвинутих країн, перевагами яких є досить суттєвий обсяг опрацьованої статистичної інформації та велика емпірична база застосування на практиці, недоліками даних моделей є необхідність адаптувати їх до реалій здійснення бухгалтерського обліку та практичної діяльності вітчизняних підприємств; моделі вчених України та країн СНД, для яких переваги та недоліки моделей закордонних вчених міняються місцями, тобто ці моделі легко адаптувати до практичних умов здійснення фінансово – господарської діяльності вітчизняних підприємств, однак, вони не мають великої статистичної бази дослідження і не досить ретельно перевірені на практиці.

До найбільш широко застосовуваних у вітчизняній практиці моделей зарубіжних фахівців (зарубіжний досвід оцінки ймовірності банкрутства) доцільно віднести такі моделі:

– двохфакторна модель оцінки ймовірності банкрутства Альтмана $Z = -0{,}3877 - 1{,}0736К1 + 0{,}0579К2$, де К1 – коефіцієнт поточної ліквідності, а К1 – відношення поточних коштів до валюти балансу;

– п’ятифакторна модель оцінки ймовірності банкрутства Альтмана $Z = 1{,}2К1 + 1{,}4К2 + 3{,}3К3 + 0{,}6К4 + 1К5$, де К1 – відношення оборотних активів до сукупних активів, К2 – відношення чистого прибутку до сукупних активів, К3 – відношення валового прибутку до сукупних активів підприємства, К4 – відношення статутного капіталу до сукупних позикових коштів, К5 – відношення виручки від реалізації до сукупних активів;

– модель Р. Таффлера та Г. Тішоу $ZT = 0{,}53 X1 + 0{,}13 X2 + 0{,}18 X3 + 0{,}16 X4$, де К1 – відношення валового прибутку до короткострокових зобов’язань, К2 – відношення оборотних активів до короткострокових зобов’язань, К3 – відношення короткострокових зобов’язань до сукупних активів, К4 – відношення виручки від реалізації до сукупних активів.

Також широко застосовуються моделі вчених з країн СНД, а саме Г.В. Савицької, А.Ю. Белікова та ін. Стосовно доцільності використання моделей таких зарубіжних вчених, як В. Бівер, Р. Ліс, Ж. Конан і М. Голдер слід зазначити, що деякі аналітичні показники цих моделей не можуть надати адекватну оцінку фінансовим подіям, що відбуваються на підприємстві.

Таким чином, застосування зарубіжного досвіду оцінки ймовірності банкрутства на вітчизняних підприємствах повинно враховувати як внутрішні, так і зовнішні умови функціонування підприємств, зміни в податковому та трудовому законодавстві України та ретельно здійснювати розрахунок показників зарубіжних моделей з метою правильності прогнозування та визначення рівня ймовірності банкрутства.

ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛІНГ В УПРАВЛІННІ ФІНАНСОВО–ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Автор: студент групи ФБС 113 м Кузнєцов Н.К.
kuznehov@gmail.com
Керівник: к.е.н., доцент Борисенко Т.М.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшко 16-б

Аналіз наукових досліджень теорії і практики управління фінансово – господарською діяльністю підприємств в Україні показує, що сьогодні підприємства стикаються з проблемами при впровадженні прогресивних методів і прийомів фінансового менеджменту, а на переважній більшості підприємств вони навіть не використовуються. З метою застосування інноваційних технологій в управлінні фінансово-господарської діяльністю необхідно створити ефективну систему інформаційного забезпечення управлінських рішень і координації окремих підсистем системи управління. Створення такої системи та підтримка її дієздатності належать до ключових концепцій фінансового контролінгу. Фінансовий контролінг є складовою фінансового менеджменту, з одного боку, та функціональною підсистемою системи контролінгу, з іншого боку.

Більшість вчених використовують системний підхід при встановленні сутності контролінгу, інші – процесний, а окремі вчені розглядають контролінг лише як методологічну базу для прийняття управлінських рішень. Думки вчених не збігаються і у визначенні набору функцій, що виконує контролінг. Одні з них вважають контролінг системою управління, наділяючи його повноваженнями приймати управлінські рішення, інші – підсистемою системи управління, що виконує сервісні функції. Неоднакове ставлення вчених і до об’єкта застосування контролінгу. Більшість із них розглядає контролінг лише у застосуванні до підприємства в цілому. Залишається без уваги можливість його застосування на окремих управлінських ланках та для оперативного управління.

Сутність та значення фінансового контролінгу виявляється через його функції. На основі аналізу праць вітчизняних та зарубіжних вчених встановлено, що до найважливіших функції системи фінансового контролінгу на підприємстві відносять: планування, координація, управління, аналіз та контроль. Виділяють наступні підсистеми фінансового контролінгу: контролінг фінансів; контролінг логістичних систем; контролінг поведінки; контролінг витрат; контролінг ризиків; інвестиційний контролінг. Перші три підсистеми відносяться до оперативного фінансового контролінгу, останні три – до стратегічного фінансового контролінгу. До принципів фінансового контролінгу більшість авторів відносять: спрямованість системи фінансового контролінгу на досягнення фінансової стратегії підприємства; багатофункціональність фінансового контролінгу; орієнтованість фінансового контролінгу на кількісні показники; відповідність методів фінансового контролінгу специфіці методів фінансового аналізу та фінансового планування; своєчасність, простота та гнучкість побудови системи фінансового контролінгу; економічна ефективність запровадження фінансового контролінгу на підприємстві.

Таким чином, можна стверджувати, що теорія фінансового контролінгу тісно пов’язана із теорією фінансового менеджменту та теорією контролінгу як керуючих систем господарської діяльності будь – якого підприємства.

КЛЮЧОВІ ПОЛОЖЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ОСНОВ УПРАВЛІННЯ ОПЕРАЦІЙНИМ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ

Автор: студентка групи ФБСС-117-м Логін І. В.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Гузенко О.П.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Процес управління операційним прибутком підприємств постійно знаходиться в зоні уваги науковців, практиків, політиків та відзначається значною актуалізацією. Це пов'язано з тим, що саме операційний прибуток підприємств висвітлює результативність основної їх діяльності, а як наслідок сприяє виконанню намічених стратегічних задач розвитку за допомогою тактичних важелів правління.. На даний час незалежно від сфери бізнесу вітчизняні підприємства відчувають значні труднощі як виробничого, так і соціально економічного характеру, практично призупинено інноваційні процеси, не діє система матеріального заохочення креативних, творчих та ініціативних працівників. Наслідком зазначених подій є зниження рівня операційного прибутку. Крім того доволі болючим питанням при формуванні операційного прибутку залишається процес формування операційних витрат, які постійно зростають на базі суттєвого здороження матеріальних ресурсів. Сучасному підприємству, щоб вижити під впливом лише зазначених факторів необхідно звернути увагу на внутрішні резерви та постійно вдосконалювати управлінські важелі в сфері накопичення операційного прибутку. Безумовно, щоб досягти успіху на першому етапі підприємствам необхідно деталізовано дослідити вже існуючи канони управління операційним прибутком.

Як правило цикл управління операційним прибутком підприємств включає керуючу та керовану систему. Крім того процес управління операційним прибутком підприємств включає аналіз у перед плановий період і прогнозування обсягів його в плановому періоді. Аналітична оцінка операційного прибутку в передплановому періоді включає: аналіз загальної суми операційного прибутку й показників рентабельності, які визначено на його базі; визначення складу операційного прибутку із урахуванням основних критеріїв, які його формують; аналіз основних напрямків збільшення накопичення операційного прибутку.

Більшість науковців вважають, що управлінські та аналітичні важелі в системі формування операційного прибутку будуть мати дієвий результат лише за умови розуміння сутнісної характеристики даної категорії. Враховуючи результати проведених досліджень ми вважаємо , що операційний прибуток доцільно трактувати як перевищення операційних доходів над операційними видатками з одного боку, а з іншого його варто розглядати його як компенсацію за успішне здійснення операційної діяльності, вдале застосування маркетингових процесів.

Отже, ключові положення теоретичної системи управління операційним прибутком підприємств лежать в площині визначення сутнісного змісту понятійної категорії, її аналітичної оцінки та управлінських елементів. Практична діяльність підприємств показує, що процес управління операційним прибутком полягає: у збільшенні доходів від операційної діяльності, зменшенні операційних витрат, у формуванні та реалізації ефективної політики використання ресурсів, які сприяють збільшенню результативності діяльності.

Результати проведених досліджень показують, що управління операційним прибутком підприємств потребує негайного впровадження рішень, які мають інноваційну основу та здатні адаптувати можливості зниження операційних витрат та розширення маркетингових досліджень в майбутньому. Саме такі дії стануть напрямком подальших досліджень даної проблеми.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ РІЗНИХ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ЇЇ ОЦІНКИ

Автор: студент группы ФБС-113м Лозний А.М.
lozniy.am@gmail.com
Керівник: к.е.н., доцент Борисенко Т.М.
ЗІЕІТ, Україна, г. Запоріжжя, ул. Кияшко 16-б

У сучасній науково-економічній літературі не існує єдиного методичного підходу до управління платоспроможністю підприємства, який відповідав би об'єктивній економічній сутності платоспроможності, забезпечував отримання об'єктивної, всебічної, точної і достовірної інформації про неї і забезпечував розробку і прийняття оптимальних управлінських рішень.

Розглянемо наступні найбільш поширені підходи до аналізу і оцінки платоспроможності та ліквідності підприємства в науковій літературі.

– Аналіз ліквідності і платоспроможності обмежується аналізом ліквідності балансу, розрахунком і оцінкою основних абсолютних і відносних показників ліквідності. Такий підхід можна назвати традиційним. Такого підходу дотримуються В.О. Подольська, О.В. Яріш, Б.М. Літвін, М.В. Стельмах.

– В процесі аналізу платоспроможності аналізують ліквідність балансу і розраховують показники платоспроможності, які поділяють на 3 групи: показники статичної, динамічної та перспективної платоспроможності. Такого підходу дотримуються Л.О. Коваленко, Л.М. Ремньова.

– Ю.С. Цал-Цалко пропонує в аналіз платоспроможності включати: групування активів за рівнем ліквідності та зобов’язань за терміном їх погашення, порівняння відповідних груп активів і пасивів за традиційними нерівностями, розрахунок абсолютного надлишку (нестачі) активів, відносних показників платоспроможності, розрахунок інтегрального показника платоспроможності за трьома попередніми, факторний аналіз платоспроможності, оцінку можливості відновлення та збереження платоспроможності.

Управління платоспроможністю може здійснюватися за допомогою зовнішніх і внутрішніх механізмів.

В якості зовнішніх механізмів управління платоспроможністю виступають зовнішні інвестиції, фінансова допомога держави, підприємств-партнерів, власників, акціонерів, кредиторів і т.д. Однак в умовах кризи підприємство стає непривабливим для інвесторів, або після інвестування підприємство стає залежним від позикового капіталу. Тому для фінансової стабілізації необхідно знайти внутрішні механізми. Такими є оперативний, тактичний і стратегічний механізми.

Оперативний механізм управління платоспроможністю являє собою систему заходів, спрямованих на зменшення поточних і внутрішніх зобов'язань в короткостроковому періоді і збільшення суми грошових активів, які забезпечують термінове погашення цих зобов'язань. Тому відбувається скорочення поточних потреб і окремих видів ліквідних активів.

Тактичний механізм управління платоспроможністю являє собою систему заходів, спрямованих на досягнення точки фінансової рівноваги підприємства в майбутньому періоді. Основним напрямком забезпечення досягнення точки фінансової рівноваги підприємством в кризових умовах є скорочення обсягу споживання власних фінансових ресурсів. Таке скорочення пов'язане зі зменшенням обсягу як операційної, так і інвестиційної діяльності підприємства, і має супроводжуватися заходами щодо забезпечення приросту власних фінансових ресурсів.

Стратегічний механізм управління платоспроможністю являє собою систему заходів, спрямованих на підтримку досягнутого фінансової рівноваги підприємства в тривалому періоді. Цей механізм передбачає створення умов стабільного зниження вартості капіталу, який використовується, і постійного зростання ринкової вартості підприємства. Це завдання вимагає внесення коректівів в окремі параметри фінансової стратегії.

СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ОБ'ЄКТИ І ІНСТРУМЕНТИ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Автор: студентка групи ФБС– 217 м Нечипорчук Л. В.
Lily99@gmail.com
Керівник: к.е.н., проф. Оглобліна В.О.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшко, 16-б

Фінансовий контролінг на підприємстві повинен, у першу чергу, надати достовірну та достатню інформацію управлінським структурам для прийняття зважених управлінських рішень, у тому числі у сфері фінансової діяльності суб'єкта господарювання. Необхідно відмітити, що фінансовий контролінг можливо представити як симбіоз фінансового менеджменту та фінансового контролю, тобто він включає у себе елементи управління фінансовою діяльністю, що базуються на методах і інструментарії фінансового контролю.

Відзначаємо значну зацікавленість наукового загалу щодо дослідження проблематики фінансового контролінгу на підприємстві. Наголошуємо на напрацюваннях наступних вчених: Б.І. Герасимова, Н.К. Гогуа, О.Д. Годес, Л.О. Коваленко, Л.Г. Ліпич, С.В. Приймака, Л.М. Ремньової, О.О. Терещенко, О.П. Чучко та інших.

У той же час, відмічаємо значну наукову дискусію щодо визначення сутності фінансового конролінгу на підприємстві, дослідження точок зору сторін якої дозволяє сформувати таке визначення терміну: «Фінансовий контролінг – це відповідна система менеджменту, що є складовою загальної системи управління на підприємстві, функціонування якої направлене на підвищення ефективності фінансової діяльності бізнес – одиниці за допомогою використання спеціального інструментарію».

Виділяють наступні підсистеми фінансовго контролінгу: контролінг фінансів; контролінг логістичних систем; контролінг поведінки; контролінг витрат; контролінг ризиків; інвестиційний контролінг. Кожна з наведених підсистем має власні об'єкти та інструменти, що загалом складають об'єкти та інструменти здійснення фінансового контролінгу на підприємстві.

Об'єктом контролінгу фінансів є фінансові ресурси підприємства, управління якими здійснюється за допомогою: методів оперативної та стратегічної фінансової діагностики; планування з використанням BSC; цільового бюджетування; економетричних методів.

Об'єктом контролінгу логістичних систем є інформаційні та фінансові потоки, що супроводжують рух матеріальних потоків підприємства. При цьому використовуються такі інструменти управління: аналіз ланцюжка вартості; оцінювання і всебічний контроль якості; система постійного вдосконалення; ABC, XYZ-аналіз; аналіз оптимального розміру замовлень (EOQ); аналіз вузьких місць.

Об'єктом контролінгу поведінки є персонал, для управління яким використовують наступні інструменти: управління за центрами відповідальності; показники оцінки ефективності діяльності; системи мотивації.

Об'єктом контролінгу витрат є витрати, управління якими здійснюється за допомогою: обліку за центрами витрат; розподілу витрат за об'єктами; диференційного аналізу витрат; маржинального аналізу; аналізу чутливості; функціонально-вартісного аналізу; бюджетування витрат.

Об'єктом контролінгу ризиків є фінансові та операційні ризики діяльності. При цьому використовується наступний інструментарій: SWOT-аналіз; аналіз сценаріїв; бенчмаркінг; метод аналогій; метод Монте-Карло; експертний метод.

Об'єктом інвестиційного контролінгу є інвестиційні проекти, що управляються за допомогою: статичних та динамічних методів інвестиційних розрахунків; аналізу життєвого циклу продукту; аналізу відхилень.

Таким чином, відзначаємо важливість визначення сутності, об'єктів та інструментів фінансового контролінгу на підприємстві для підвищення ефективності управління його фінансовою діяльністю.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студентка групи ФБС – 217(м) Ніколаєва Д.О.
nikolaevadarina31@gmail.com
Керівник: к.е.н, доц. Гнєушева В.О.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшко 16-б

У сучасних умовах становлення економіки України розвиток вітчизняного бізнесу набуває особливої динамічності. Вона пояснюється наявністю досить жорсткої конкуренції як із боку українських, так і зарубіжних компаній, підвищенням вимог споживачів до товарів і послуг, що пропонуються на ринку.

В умовах самофінансування важливе місце займають фінансові ресурси підприємств - головна складова їх функціонування і один з факторів виробництва в умовах ринку. Самостійність підприємств у першу чергу характеризується наявністю фінансових ресурсів. Забезпеченість підприємств фінансовими ресурсами та їх ефективне використання суттєво впливає і на поповнення бюджету, державних і регіональних фондів. В сукупності фінансові ресурси підприємств відіграють важливу роль для формування ринкових відносин у національній економіці в цілому.

Фінансові ресурси підприємства – це система економічних відносин, пов’язаних з формуванням, розподілом та використанням грошових коштів в процесу їх обігу. Наразі фінансові ресурси підприємства є головним економічним інструментом впливу на систему ринкових перетворень в країні, а також є інструментом подолання кризових явищ в суспільному розвитку.

Недостатня забезпеченість фінансовими ресурсами негативно впливає на господарську діяльність суб‘єктів господарювання, спричиняє виникнення та зростання заборгованостей перед суб‘єктами господарювання, по оплаті праці та сплаті податків. При цьому зменшуються можливості фінансування подальшого розвитку суб'єктів господарювання, скорочуються надходженнядо бюджету. За цих обставин важливого значення для здійснення господарської діяльності набуває формування в достатньому обсязі фінансових ресурсів суб‘єктів господарювання.

Фінансові ресурси суб‘єктів господарювання є одним із найважливіших для забезпечення їх діяльності видом ресурсів, але в той же час досить складним для дослідження. Здатність фінансових ресурсів трансформуватись у матеріальні, інтелектуальні, технічні, інноваційні та інші види ресурсів обумовлює їх вагомість у фінансово-господарській роботі суб‘єктів господарювання.

Фінансові ресурси підприємства, що направляються на його розвиток, формуються за рахунок: амортизаційних відрахувань; прибутку, одержуваного від усіх видів господарської і фінансової діяльності; додаткових пайових внесків учасників у товариствах; коштів, одержуваних від випуску облігацій; коштів, що мобілізуються за допомогою випуску і розміщення акцій в акціонерних товариствах відкритого і закритого типів; довгострокового кредиту банку й інших кредиторів (крім облігаційних позик); інших законних джерел (наприклад, добровільних безоплатних внесків підприємств, організацій, громадян).

Отже, фінансові ресурси займають особливе місце в економічних відносинах. Їхня специфіка виявляється в тому, що вони не завжди виступають у грошовій формі, мають розподільний характер і є формуванням і використанням різноманітних видів прибутків і нагромаджень суб’єктів господарської діяльності сфери матеріального виробництва, держави й учасників невиробничої сфери.

ОСОБЛИВОСТІ КРЕДИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ В УМОВАХ ПОСТКРИЗОВОГО РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ

Автор: студентка групи ФБС– 227м Осипова Ю.С.
osipova@ukr.net
Керівник: к.е.н., доц. Борисенко Т.М.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшко 16-б

Закордонна практика свідчить, що саме кредитна діяльність банків є запорукою швидкого та якісного посткризового відновлення будь – якої національної економіки. При цьому, кредити виступають драйвером після кризового розвитку як бізнес – одиниць, так і домашніх господарств.

Щодо України відзначаємо, що у сучасних умовах функціонування вітчизняної економічної системи, що послідовно пройшла через дві глибокі кризи (2008 – 2009, 2013 – 2015 роки) і призвела до значного дефіциту грошових коштів суб'єктів підприємницької діяльності для фінансування оновлення основних фондів та поповнення обігових грошових засобів, а також домашніх господарств для фінансування довгострокових і короткострокових потреб, саме кредитна діяльність банківських установ може стати ключовим елементом їх трансформації та зростання. При цьому, необхідно відмітити, що кризовий та посткризовий розвиток вітчизняного банківського сектору вказує на низьку ефективність кредитної діяльності банків, що є базовою проблемою сучасного його розвитку та головним стримуючим фактором для економіки України і її складових елементів (підприємства, домашні господарства).

Враховуючи напрацювання ряду вітчизняних науковців Лисенок О.В., Волкової Н.І., Волкової В.В., можемо виділити наступні ознаки кредитної діяльності банківських установ: це відповідний процес, що відбувається у банку; стосується надання, обслуговування та отримання банківських кредитів; направлена на отримання прибутку.

Кредитна діяльність банку – це комплекс дій, що направлений на максимально якісне задоволення попиту позичальників у кредитних ресурсах з метою отримання прибутку, який базується на високій ефективності надання, обслуговування та отримання банківських кредитів, а також управління кредитними ризиками і є ключовим елементом забезпечення конкурентоспроможності банківської установи у банківському секторі та кредитній сфері країни.

Кредитна діяльність включає в себе кредитні операції та управління кредитним ризиком і є ключовим елементом формування кредитного портфелю банку. При цьому, від її ефективності залежить розмір прибутку та місце банку на ринку (його конкурентоспроможність).

Наведене вимагає розробки та запровадження комплексу напрямків підвищення ефективності кредитної діяльності банків в Україні на основі усунення виявлених негативних умов посткризового розвитку банківського сектору економіки країни. При цьому вважаємо доречним:

- для зменшення рівня недовіри до банків зі сторони споживачів збільшити активність органів державної влади та самих банківських установ в межах використання відповідних елементів маркетингу (реклама, пропаганда та ін.), а також підвищення рівня прозорості як державного регулювання банківської діяльності, так і діяльності банків;

- для подолання кризи недовіри у кредитній сфері банківської діяльності в країні вважаємо доречним збільшити вплив органів державної влади, а також недержавних банківських об'єднань на кредитну діяльність банківських установ, у першу чергу з точки зору зменшення або усунення використання асиметрії інформації у відносинах між банками та позичальниками;

- для підвищення ефективності використання форм забезпечення кредитів вважаємо доречним звернути увагу на закордонний досвід, а також на впровадження комплексних форм забезпечення, або інноваційних (новаційних) розробок у цій сфері банківської діяльності.

Таким чином, можемо відмітити наявність проблем у забезпеченні ефективності кредитної діяльності банків в Україні в умовах посткризового розвитку банківського сектору економіки країни, що вимагає розробки та впровадження відповідного комплексу напрямків їх усунення (підвищення ефективності).

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студент групи ФБС-113м Павлівський Є.Г.
pavlivskiy@gmail.com
Керівник: к.е.н., доц. Гнєушева В.О.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшко 16-б

Дебіторська заборгованість є одним з найбільш вузьких місць у фінансовій роботі багатьох підприємств різних галузей. Така ситуація обумовлена тривалою кризою неплатежів в Україні, яка призводить до поширення безконтрольного зростання обсягів дебіторської заборгованості і, як наслідок, до дестабілізації роботи вітчизняних підприємств.

Прострочені платежі виникають при порушенні у платника ритму кругообігу оборотних коштів, що, в свою чергу, неминуче призводить до дефіциту джерел платіжних коштів. Відволікання оборотних коштів у дебіторську заборгованість, не погашену в строк покупцями, та іншу дебіторську заборгованість (за претензіями, за розрахунками з підзвітними особами тощо) свідчить про нераціональне використання власних і запозичених оборотних коштів. У таких умовах від ефективного управління заборгованістю та належної організації облікових процесів залежить можливість забезпечення нормального функціонування та досягнення фінансової стабільності підприємств, тому дослідження проблемних аспектів управління дебіторською заборгованістю залишаються предметом безперервного контролю з боку керівництва й фінансових служб.

Проблеми управління дебіторською заборгованістю, з якими зазвичай стикаються підприємства, є достатньо типовими: 1) немає достовірної інформації про терміни погашення зобов'язань компаніями-дебіторами; 2) відсутній необхідний обсяг вірогідної і доступної інформації щодо розрахунків з дебіторами; 3) не регламентована робота з простроченою дебіторською заборгованістю; 4) відсутні дані щодо зростання витрат, пов'язаних зі збільшенням розміру дебіторської заборгованості, і часу її оборотності; 5) не проводиться оцінка кредитоспроможності покупців і ефективності комерційного кредитування; 6) функції збору грошових коштів, аналізу дебіторської заборгованості і ухвалення рішення про надання кредиту розподілені між різними підрозділами, але при цьому відсутні регламенти взаємодії між ними та відповідальні за кожен етап; 7) використання вітчизняних методик не дає змоги однозначно оцінити стан дебіторської заборгованості та ступінь його впливу на фінансово-господарський стан підприємств.

Наявність зазначених проблем вказує на необхідність пошуку специфічних засобів аналізу дебіторської заборгованості, спрямованих на отримання інформації комплексного характеру, достатньої для прийняття рішень щодо глибини кризи неплатежів. Потребують доопрацювання та удосконалення нормативне забезпечення та організація обліку дебіторської заборгованості на підприємствах, мають бути переглянуті відображення в обліку довгострокової дебіторської заборгованості та оцінки поточної дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи та послуги. Серед інших напрямків підвищення ефективності управління дебіторською заборгованістю підприємств слід зазначити наступні: уточнити сучасні підходи до класифікації дебіторської заборгованості для зменшення суперечливості та задоволення в повному обсязі потреб користувачів при складанні фінансової звітності; розробити й удосконалити моделі співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованостей підприємств і певного аналітичного інструментарію, який дозволив би швидко та якісно виявляти негативні явища, що впливають на кількісні та якісні зміни цих заборгованостей; вдосконалити механізми розробки й практичного впровадження політики управління дебіторською заборгованістю підприємств, адже саме політика управління дебіторською заборгованістю як частина загальної політики управління оборотними активами і маркетингової політики підприємства, спрямованої на розширення обсягів реалізації продукції, визначає загальну ефективність роботи підприємств.

Як бачимо, на сьогодні не існує якого-небудь однозначного вирішення проблеми непогашення дебіторської заборгованості чи універсальних способів підвищення ефективності управління нею. Науковці наголошують на тому, що усі розроблені схеми реструктуризації заборгованості мають цілу низку недоліків, тому під час управління дебіторською заборгованістю необхідно всебічно вивчити кожен конкретний випадок, зводячи до мінімуму дію негативних наслідків і враховуючи фактори зовнішнього і внутрішнього впливу. До того ж, тривалі трансформаційні процеси в економіці України вимагають більш ґрунтовного подальшого дослідження проблемних аспектів управління дебіторською заборгованістю підприємств з метою розробки дієвих заходів щодо протидії їх негативному впливу на ефективність роботи підприємств та виявлення резервів і напрямів розвитку підприємств в поточному і перспективному періодах.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ

Автор: студентка групи ФБС– 217 м Перепелиця Т. І.
perepelysia@gmail.com
Керівник: к.е.н., доц. Оглобліна В.О.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшко 16-б

Посткризовий розвиток та трансформація економічної системи України на фоні двох послідовних економічних криз і різкої зміни вектору зовнішньоторговельного розвитку держави призвели до значних проблем національних суб'єктів господарювання, особливо, що стосується їх фінансової діяльності. Відзначаємо наявність та розвиток фінансових криз на багатьох вітчизняних підприємствах різних галузей економіки країни.

Наголошуємо на значних проблемах з управлінням власним фінансовим станом українськими суб'єктами підприємницької діяльності в умовах появи та розвитку фінансової кризи на підприємстві, що виходить з відсутності розуміння власниками, керівництвом та працівниками бізнес – одиниць особливостей такого управління. За таких умов суб'єкти господарювання повинні використовувати антикризове фінансове управління.

Проблематику антикризового фінансового управління та застосування такого управління на підприємствах досліджували у своїх наукових працях наступні вчені: Е. Альтман, У. Бівер, І.О. Бланк, В.О. Василенко, А.П. Градов, Н.В Родіонова, М. Спенс, О.О. Терещенко, П. Уотермен, З. Хелферт, Р. Холт, Дж. Ван Хорн, Дж. В. Шарп та інші.

Відзначаємо особливості антикризового управління фінансовим станом підприємства в умовах появи та розвитку фінансової кризи, а саме:

- необхідність підготовленого персоналу, що буде адаптований до роботи у стресових умовах при наявності значної кількості фінансових проблем, які виникають раптово і мають визначальний для суб'єкта господарювання характер;

- складність у доступі до фінансових ресурсів та їх постійний жорсткий дефіцит в умовах збиткової діяльності підприємства, скорочення обсягів реалізації продукції (робіт, послуг), втрати повністю або частково ринків збуту;

- необхідність адаптації організаційної структури суб'єкта підприємницької діяльності до функціонування в кризових умовах, коли управління підприємством повністю або частково беруть на себе спеціальні антикризові спеціалісти та підрозділи;

- перебудова всіх видів діяльності бізнес – одиниці, у тому числі фінансової на антикризовий лад, що передбачає різке скорочення витрат, швидкість реакції на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища, відхід від жорстких рамок у роботі у бік креативності, високу вартість помилок;

- наявність специфічної методики аналізу фінансового стану, що дозволяє швидко локалізувати головні фінансові проблеми та виявляти ступінь неплатоспроможності підприємства і ймовірність його банкрутства;

- необхідність розробки комплексу як антикризових заходів фінансового характеру, так і комплексу заходів відновлення суб'єкта підприємницької діяльності після закінчення фінансової кризи;

- зменшення бюрократії та популізму в управлінні на користь рішень, які мають найбільшу результативність і ефективність у кризових умовах функціонування бізнес – одиниці.

Таким чином відзначаємо наявність значних особливостей при управлінні фінансовим станом підприємства в умовах появи і розвитку фінансової кризи та необхідність врахування цих особливостей вітчизняними господарюючими суб'єктами в сучасних реаліях посткризового відновлення національної економіки України.

СКЛАДОВІ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студент групи ФБС-217м Пичковський М.Л.
pishkovskiy@ukr.net
Керівник: к.е.н. доц. Гнєушева В.О.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшко 16-б

Неодмінною умовою здійснення підприємством ефективної господарської діяльності є наявність оборотних активів, які разом з робочою силою є найважливішим елементом (чинником) виробництва. Недостатня забезпеченість підприємства оборотними активами паралізує його діяльність і приводить до погіршення фінансового положення. Дослідження теоретичних основ оборотних активів свідчить про те, що вони залишаються дискусійними. Це пояснюється складною і багатогранною природою оборотних активів та їх матеріалізованої структури.

Оборотні активи як натурально-речовинна категорія — це сукупність матеріально-речовинних цінностей і грошових коштів, які беруть участь у створенні продукту, цілком споживаються у виробничому процесі і повністю переносять свою вартість на виробничий продукт упродовж операційного циклу або дванадцяти місяців з дати балансу (сировина, матеріали, готова продукція, грошові кошти тощо). Важливість ефективного управління оборотними активами важко переоцінити. Нестача оборотних активів може паралізувати діяльність підприємства або погіршити його ліквідність, а надлишок означатиме, що частина капіталу не працює і не приносить прибутку.

З метою забезпечення ефективного, цілеспрямованого управління оборотними активами вони потребують певної класифікації. Економічно обґрунтована класифікація оборотних активів є важливою передумовою успішної організації бухгалтерського і управлінського обліку, оскільки від цього залежить здатність своєчасно і чітко управляти оборотними активами, можливість оперативного аналізу і прогнозування, що в кінцевому підсумку впливає на обґрунтованість управлінських рішень.

Управління оборотними активами на підприємстві за технологією фінансового менеджменту, потребує достатнього обсягу істотної інформації, яку суб'єкти управління отримують з дослідження теорії і практики фінансового менеджменту. Для ефективного управління оборотними активами підприємства необхідно ґрунтовно дослідити теоретичне підґрунтя та науково – практичний досвід управління.

До основних методів аналізу оборотних активів слід віднести горизонтальний та вертикальний аналіз за даними бухгалтерського балансу, коефіцієнтний аналіз, аналіз ліквідності балансу, аналіз джерел фінансування запасів, аналіз оборотності елементів оборотних активів.

Для забезпечення ефективної діяльності підприємств необхідне застосування програмно-цільового підходу до процесу управління оборотними активами, оскільки даний підхід втілює методологію вирішення безлічі проблем, що виникають в різних сферах діяльності підприємств, і спрямований на вирішення складних питань шляхом розробки системи програмних заходів, спрямованих на мету.

Таким чином, управління оборотними активами підприємства полягає в аналізі оборотних активів, розробці заходів з покращення підходів до їх формування, фінансування та використання у процесі господарської діяльності. За результатами аналізу підприємство спрямовує свої дії на розробку політики управління оборотними активами в цілому, чи їх окремими складовими, що у підсумку підвищує ефективність діяльності роботи підприємства.

ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ РЕСУРСІВ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Автор: студентка групи ФБС-227м Рудакова А.А.
koshelanjelika214@gmail.com
Керівник: к.е.н. доц. Абубекерова А.З.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшко 16-б

Банківська система є одним із найважливіших елементів економіки країни, оскільки, мобілізуючи тимчасово вільні кошти, перетворює їх у функціонуючий капітал. Від оптимальної ресурсної бази комерційних банків залежать такі важливі показники їх діяльності як рентабельність та ліквідність. А тому проблема формування і ефективного використання ресурсної бази банків залишається актуальною та потребує подальшого дослідження.

Економічна ситуація в країні та в банківській системі, що спостерігається в останні роки, вимагає підвищення ефективності управління залученими ресурсами банку. Поширення та розвиток сучасних технологій та методологій управління за видами банківської діяльності дають можливість підвищити ефективність функціонування банківської системи в цілому. Тенденції сучасних фінансових відносин на фінансовому ринку щодо формування попиту та пропозиції на залучені ресурси є результатом конкурентної взаємодії комерційних банків в банківській системі України і загального фінансового стану юридичних і фізичних осіб в Україні, який формує їх схильність до пропозиції тимчасового збереження тимчасово вільних коштів в банківській системі. Сам термін, «ресурси комерційного банку», означає сукупність грошових коштів, що перебувають у його розпорядженні та використовуються для виконання активних операцій. Формування ресурсної бази комерційних банків є одним із найважливіших завдань для забезпечення економічного зростання.

Операції, завдяки яким комерційні банки формують свої ресурси, називаються пасивними. Згідно з джерелами утворення банківських ресурсів в існуючій банківській практиці ресурси комерційних банків поділяють на власні, залучені та запозичені. Залучені та запозичені кошти комерційного банку є платними ресурсами, ціна на які залежить від їх виду, суми, валюти та строку залучення або запозичення. Якщо охарактеризувати детальніше, залучені кошти комерційного банку – це кошти, які банк залучає на вклади і депозити. У комерційному банку управління ресурсами виконується двома рівнями. Це державний рівень, управління в якому здійснюється через НБУ, та рівень управління комерційного банку.

Головним джерелом постійного поповнення ресурсів є депозити фізичних та юридичних осіб. Крім того, джерелом ресурсів, що обертаються у банківській установі, виступає: власний капітал, кошти, розміщення залучення від додаткової емісії акцій тощо. Тому, можемо стверджувати, що достатня за обсягом та належним чином збалансована ресурсна база банків, на яку впливають всі види послуг, є важливою передумовою їх прибутковості, підтримкою достатньої ліквідності та довіри з боку учасників ринку. Зміцнення ресурсної бази сприяє підвищенню можливостей банків у задоволенні поточних та інвестиційних потреб суб'єктів господарювання у додаткових фінансових ресурсах.

Основним елементом комплексної системи управління банком є оптимальне планування вхідних та вихідних фінансових потоків. Рух ресурсів у комплексній системі управління також зумовлений впливом внутрішнього та зовнішнього середовища на комерційний банк.

Для забезпечення бажаної структури, обсягів та рівня витрат за депозитними зобов'язаннями менеджмент використовує різні методи залучення коштів, які загалом поділяються на дві групи– цінові та нецінові методи управління залученими коштами. А метою банківського менеджменту у сфері управління зобов'язаннями банку є залучення достатнього обсягу коштів з найменшими витратами для фінансування тих активних операцій, які має намір здійснити банк. Так, в процесі формування ресурсної бази, менеджмент повинен враховувати два основні параметри управління – вартість залучених коштів та їх обсяг.

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студент групи ФБС 217м Скорік Г.С.
annaskorikzp@gmail.com
Керівник: к.е.н., доцент Борисенко Т.М.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшко 16-б

Для фінансової життєдіяльності будь-якого підприємства присутність позикового капіталу не тільки необхідність, але і можливість оптимізації своїх фінансових показників. На сьогоднішній день багато різних джерел фінансування можуть обрати підприємства, основним з них є банківський сектор. Але не завжди кредит отримати легко, тому потенційні позичальники повинні самостійно оцінювати свою кредитоспроможність.

В економічній теорії під кредитом розуміють позику в грошовій чи товарній формі на умовах повернення певного строку з урахуванням процентів. Кредитоспроможність (creditworthiness of borrower) – наявність у позичальника (контрагента банку) передумов для проведення кредитної операції і його спроможність повернути борг у повному обсязі та в обумовлені договором строки. Кредитоспроможність позичальника визначається за показниками, що характеризують його здатність своєчасно розраховуватися за раніше одержаними кредитами, його поточне фінансове становище, спроможність у разі потреби мобілізувати кошти з різних джерел і забезпечити оперативну конверсію активів у ліквідні кошти.

Для визначення кредитоспроможності підприємства банки повинні користуватися положенням НБУ. (ПОЛОЖЕННЯ про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями 30.06.2016 № 351). Підходи, визначені цим Положенням, ґрунтуються на принципах і рекомендаціях Базельського комітету з банківського нагляду, включаючи застосування компонентів кредитного ризику (EAD - експозиція під ризиком, PD - імовірність дефолту боржника/контрагента, LGD - втрати в разі дефолту). Та українські банки розробляють власні внутрішні положення та методики аналізу кредитоспроможності позичальника, в основу яких, покладені ці методичні рекомендації.

В Україні немає єдиної стандартизованої методики оцінки кредитоспроможності і тому її потрібно удосконалювати, причинами цього є: несформовані практичні підходи до оцінки кредитоспроможності позичальника, консервативність поглядів банків щодо вибору інструментарію оцінки кредитоспроможності позичальника; недостатність кваліфікованого персоналу банків, здатного ефективно впровадити в бізнес-процеси банку сучасні методи та моделі оцінки кредитоспроможності позичальників; недосконаліть законодавчої нормативної бази, яка змушує банки довільно вибирати порівняльні величини фінансових показників у відповідних видах діяльності.

Отже, методика оцінки кредитоспроможності вітчизняних підприємств потребує подальшого доопрацювання. Основними напрямами вдосконалення методики оцінки кредитоспроможності підприємств є такі: обґрунтування порядку визначення характеристики класів позичальників – юридичних осіб; упровадження методики оцінки якісних показників та переведення їх у кількісні еквіваленти в процесі визначення рівня кредитоспроможності підприємства; оптимізація окремих індикаторів, що використовуються для показників фінансового стану підприємств позичальників.

ЛОКАЛІЗАЦІЯ РОЛЕЙ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Автор: студент групи ФБС– 113 м Соколік Д. К.
sokolik@gmail.com
Керівник: к.е.н., доц. Оглобліна В.О.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшко 16-б

В сучасних умовах ефективність фінансово - господарської діяльності підприємств пов'язана з раціональним формуванням та розподілом фінансових ресурсів з метою досягнення високих фінансових результатів. При цьому, основною фінансовою категорією, що відображає позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва і свідчить про обсяг і якість виробленої продукції є прибуток.

Відзначаємо, що наукова категорія «прибуток» є досить багатогранною та викликає значні дискусії щодо визначення її сутності і складових. Серед науковців, що досліджували проблематику прибутку підприємств можливо визначити наступних вітчизняних та закордонних вчених: Й. Шумпетера, А. Бабо, Ф. Найта, Дж. Хікса, Є.Ф. Брігхема, С.Ф. Покропивного, Л.І. Шваба, Н.М. Бондар, О.О. Гетьман, В.М. Шаповал та інших.

Враховуючи складність та важливість наукової категорії «прибуток» наголошуємо, що умовах ринкової економіки, він виконує ряд ключових ролей для суб'єктів підприємницької діяльності, а саме:

- основний захисний механізм від загрози банкрутства суб'єкта господарювання, оскільки за умов дефіциту фінансових ресурсів в межах проблем з платоспроможністю саме прибуток виступає основним джерелом її відновлення;

- критерій ефективності фінансово - господарської діяльності, оскільки вказує на кінцевий результат операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства на ринках товарів (робіт, послуг);

- база економічного розвитку держави, тому що виступає джерелом податкових та інших надходжень до бюджетів різних рівнів і позабюджетних фондів країни;

- головна мета підприємницької діяльності, оскільки підприємці та власники бізнес – одиниць погоджуються взяти на себе ризик здійснення такої діяльності тільки за наявності достатньої за своїм обсягом винагороди - прибутку;

- важливе джерело задоволення соціальних потреб суспільства, тому що саме прибуток є одним з головних складових фінансування таких потреб;

- головне джерело зростання ринкової вартості підприємства, оскільки діючі та потенційні інвестори основну увагу при виборі об'єктів інвестування приділяють саме розмірам прибутку, чим визначають попит на акції та стимулюють зростання їх ринкової вартості і суб'єкта господарювання в цілому;

- основне внутрішнє джерело формування фінансових ресурсів, що забезпечують розвиток суб'єкта підприємницької діяльності, тому що саме прибуток визначає розміри внутрішніх інвестицій бізнес - одиниці.

Отже, з наведеної локалізації ролей прибутку видно, що прибуток підприємства виступає не лише як основа функціонування окремого суб'єкта підприємницької діяльності, але і як база економічного розвитку держави в цілому, що ще більше підвищує його роль у сучасних умовах посткризового розвитку ринкової економіки України.

Акцентуємо увагу на те, що однією з головних причин кризового розвитку вітчизняної економічної системи було не врахування важливості ролей прибутку українськими бізнес – одиницями та критично не ефективне управління ним виходячи з цього. Наведена ситуація у подальшому потребує чіткої інтеграції визначених ролей прибутку у систему управління українськими суб'єктами підприємницької діяльності та корегування на основі цього їх стратегій розвитку.

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗУ ЕКОЛОГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Автор: студентка групи ОО-227-м Трофіменко А. Ю.
Керівник: доктор економічних наук, доцент Ізмайлов Я.О.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Процес управління операційним прибутком підприємств постійно знаходиться в зоні уваги науковців, практиків, політиків та відзначається значною актуалізацією. Це пов'язано з тим, що саме операційний прибуток підприємств висвітлює результативність основної їх діяльності, а як наслідок сприяє виконанню намічених стратегічних задач розвитку за допомогою тактичних важелів правління.. На даний час незалежно від сфери бізнесу вітчизняні підприємства відчувають значні труднощі як виробничого, так і соціально економічного характеру, практично призупинено інноваційні процеси, не діє система матеріального заохочення креативних, творчих та ініціативних працівників. Наслідком зазначених подій є зниження рівня операційного прибутку. Крім того доволі болючим питанням при формуванні операційного прибутку залишається процес формування операційних витрат, які постійно зростають на базі суттєвого здороження матеріальних ресурсів. Сучасному підприємству, щоб вижити під впливом лише зазначених факторів необхідно звернути увагу на внутрішні резерви та постійно вдосконалювати управлінські важелі в сфері накопичення операційного прибутку. Безумовно, щоб досягти успіху на першому етапі підприємствам необхідно деталізовано дослідити вже існуючи канони управління операційним прибутком.

Як правило цикл управління операційним прибутком підприємств включає керуючу та керовану систему. Крім того процес управління операційним прибутком підприємств включає аналіз у перед плановий період і прогнозування обсягів його в плановому періоді. Аналітична оцінка операційного прибутку в передплановому періоді включає: аналіз загальної суми операційного прибутку й показників рентабельності, які визначено на його базі; визначення складу операційного прибутку із урахуванням основних критеріїв, які його формують; аналіз основних напрямків збільшення накопичення операційного прибутку.

Більшість науковців вважають, що управлінські та аналітичні важелі в системі формування операційного прибутку будуть мати дієвий результат лише за умови розуміння сутнісної характеристики даної категорії. Враховуючи результати проведених досліджень ми вважаємо , що операційний прибуток доцільно трактувати як перевищення операційних доходів над операційними видатками з одного боку, а з іншого його варто розглядати його як компенсацію за успішне здійснення операційної діяльності, вдале застосування маркетингових процесів.

Отже, ключові положення теоретичної системи управління операційним прибутком підприємств лежать в площині визначення сутнісного змісту понятійної категорії, її аналітичної оцінки та управлінських елементів. Практична діяльність підприємств показує, що процес управління операційним прибутком полягає: у збільшенні доходів від операційної діяльності, зменшенні операційних витрат, у формуванні та реалізації ефективної політики використання ресурсів, які сприяють збільшенню результативності діяльності.

Результати проведених досліджень показують, що управління операційним прибутком підприємств потребує негайного впровадження рішень, які мають інноваційну основу та здатні адаптувати можливості зниження операційних витрат та розширення маркетингових досліджень в майбутньому. Саме такі дії стануть напрямком подальших досліджень даної проблеми.

СТРАТЕГІЧНІ Й ТАКТИЧНІ РІШЕННЯ В УПРАВЛІННІ ВИТРАТАМИ ТА ДОХОДАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студентка групи ФБСС-117-м Чачило М. Є.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Волошина К.А.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Прийняття управлінських рішень є одним із найважливіших етапів управлінської діяльності, оскільки він формує напрямки діяльності організації та її окремих працівників. Робота з прийняття управлінських рішень вимагає від менеджерів високого рівня компетентності, значних затрат часу, енергії, досвіду, передбачає високий рівень відповідальності, оскільки для втілення прийнятих рішень у життя необхідно забезпечити ефективну та злагоджену роботу всього організаційного механізму.

Управління доходами треба представляти як частину його економічної стратегії. Управління доходами повинно бути спрямоване на створення економічних умов, що забезпечують відшкодування усіх витрат підприємства, повної й своєчасної сплати всіх видів податків, обов'язкових платежів та забезпечення отримання очікуваного прибутку.

З метою поліпшення управління доходами рекомендовано наступні напрямки: формування точної та надійної інформації для прийняття управлінських рішень; систематичне здійснення аналізу величини та структури отриманих доходів; встановлення факторів, які визначають їх розмір та рівень; перевірку рівня достатності отримання доходів для забезпечення розвитку підприємства; розробку політики формування доходів та вибір інструментів і важелів її реалізації; формування прогнозу можливих варіантів отримання доходів за видами діяльності та їх оцінку щодо можливості реалізації; розробку оптимального плану доходів підприємства.

Систему управління витратами треба розглядати як провідну функцію економічного механізму підприємства. Система управління витратами повинна включати наступні організаційні підсистеми: пошук і виявлення факторів економії ресурсів; нормування витрат ресурсів; планування витрат за їхніми видами; облік та аналіз витрат; стимулювання економії ресурсів і зниження витрат.

Внаслідок запровадження стратегії управління витратами на підприємстві буде забезпечено прийняття управлінських рішень з урахуванням їхніх економічних наслідків; контроль витрат у зіставленні з нормами; оцінка формування собівартості та прибутку протягом виробничого періоду.

З метою розробки ефективної моделі управління витратами потрібно забезпечувати розробку системи норм і нормативів по окремих позиціях статей витрат; запровадження системи планування та контролю, розрахунку і факторного аналізу відхилень фактичних даних від планових; встановлення відповідальності керівників центру витрат за виконання планових завдань по регульованих видах витрат; затвердження порядку збору і передачі інформації; розроблення і запровадження системи заохочення за досягнення економії витрат.

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студент групи ФБС 217м Шевчук В.С.
viacheslavshevchuk911@gmail.com
Керівник: к.е.н., доцент Борисенко Т.М.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшко 16-б

Виробничо-фінансова діяльність промислових підприємств вимагає постійного надходження та ефективного використання фінансових ресурсів, дотримання розрахункової, касової і договірної дисциплін, досягнення гармонійного співвідношення між власними й залученими фінансовими ресурсами, забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності. В умовах розвитку ринкових відносин значно зростає роль управління платоспроможністю підприємств, яка дозволяє визначити особливості діяльності підприємства, недоліки в роботі і причини їх виникнення, а також на основі отриманих результатів розробити конкретні рекомендації по оптимізації механізму управління платоспроможністю, що забезпечить підвищення фінансової стійкості підприємства. Дослідження у галузі управління платоспроможністю підприємства завжди були в центрі уваги провідних вітчизняних та зарубіжних науковців та спеціалістів-практиків. Серед них слід виділити: Бланка І.О., Бойчик І.М., Кошкіна В.І., Кривов'язюк І.В., Крініну М.І, Кузнецову Н.В., Лазаришина І.Д., Литвина Б.М., Стальмаха М.В., Терещенка О.О., Шило В.П., Шеремет А.Д.

На платоспроможність промислового підприємства впливає велика кількість чинників. Під впливом негативних факторів підприємство може втратити платоспроможність, а завдяки позитивним – зміцнити її. Сьогодні науковці виокремили низьку факторів, які впливають на платоспроможність підприємства (зовнішні економічні фактори, фінансова політика держави, діяльність конкурентів, стан фінансово-кредитної системи країни тощо). Механізм управління платоспроможністю включає в себе помірний розподіл боргових зобов'язань у часі, підтримку достатнього рівня ліквідності для обслуговування боргових зобов'язань, забезпечення своєчасного виконання боргових зобов'язань, підтримку безпечного співвідношення власних та позикових коштів, мінімізацію загальних витрат на обслуговування боргових зобов'язань та пошук та використання вигідних джерел залучення позикових коштів.

Проведене дослідження дає підстави стверджувати, що управління платоспроможністю в промислових підприємствах неможливе без належного планування та прогнозування різних напрямів його виробничої й фінансової діяльності. З метою запобігання кризової ситуації підприємства повинні вміти оцінювати та управляти платоспроможністю, мати ефективний інструментарій. Отже, платоспроможність промислового підприємства забезпечується ліквідністю його наявних активів і залежить від неї. Тому підприємство повинно мати якомога більше грошових засобів, адже вони є абсолютно ліквідними.

Регулювання платоспроможності складається з аналізу та управління рухом грошових потоків, тобто передбачає цілеспрямований вплив на процеси обертання грошових коштів. Для ефективного управління платоспроможністю в промислових підприємствах, залучення й використання фінансових ресурсів з метою забезпечення належного рівня ліквідності та платоспроможності підприємства доцільно застосовувати відповідну матрицю прийняття рішень - оцінка ризиків активів підприємства, аналіз та прогнозування використання фінансових ресурсів.

Для кожного підприємства дуже важливо мати в своєму розпорядженні достатньо ліквідних коштів, оскільки це є запорукою їх процвітання та подальшого розвитку. Тому підприємства повинні збільшувати свою фінансову гнучкість, тобто здатність позичати кошти з різних джерел, збільшувати акціонерний капітал, продавати активи, швидко реагувати на кон'юнктуру ринку тощо., яка в майбутньому принесе прибутки та забезпечать поточну і перспективну платоспроможність і ліквідність.

ЗАКОНОДАВЧІ ОСНОВИ ЛІКВІДАЦІЇ ТА ПРОЦЕДУРИ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студентка групи ФБС 113 м Шишиморова Г.В.
galina@gmail.com
Керівник: к.е.н., доцент Борисенко Т.М.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшко 16-б

Незадовільний фінансово – економічний стан підприємства спричиняється його збитковою діяльністю, низьким рівнем рентабельності, нераціональним розміщенням фінансових ресурсів. Усе це може призвести до банкрутства. Отже, банкрутство – це встановлений господарським судом факт неспроможності суб'єкта підприємницької діяльності виконати свої грошові зобов'язання не інакше, як через застосування ліквідаційної процедури.

У відповідності до п. 1 ст. 95 Закону України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» передбачено, що якщо вартості майна боржника юридичної особи, щодо якої прийнято рішення про ліквідацію, недостатньо для задоволення вимог кредиторів, така юридична особа ліквідується в порядку, передбаченому цим Законом, а ліквідатор зобов'язаний звернутись в Господарський суд з заявою про порушення справи про банкрутство такої юридичної особи.

З дня прийняття господарським судом постанови про визнання боржника банкрутом і відкриття ліквідаційної процедури:

– господарська діяльність банкрута завершується закінченням технологічного циклу з виготовлення продукції у разі можливості її продажу за виключенням укладення та виконання договорів, що мають на меті захист майна банкрута або забезпечення його збереження (підтримання) у належному стані, договорів оренди майна, яке тимчасово не використовується, на період до його продажу в процедурі ліквідації тощо;

– строк виконання всіх грошових зобов'язань банкрута вважається таким, що настав;

– у банкрута не виникає жодних податкових зобов'язань (у тому числі зі сплати податків і зборів (обов'язкових платежів), крім витрат, безпосередньо пов'язаних із здійсненням ліквідаційної процедури;

– припиняється нарахування неустойки (штрафу, пені), процентів та інших економічних санкцій за всіма видами заборгованості банкрута;

– відомості про фінансове становище банкрута перестають бути конфіденційними чи становити комерційну таємницю;

– продаж майна банкрута допускається в порядку, передбаченому цим Законом.

Постанова про визнання боржника банкрутом зобов'язує ліквідатора представити суду реєстр грошових вимог кредиторів, надавати суду щомісячно звіти про хід ліквідаційної процедури. По закінченню ліквідаційної процедури слід надати суду звіт про виконану роботу, всі докази, що свідчать про виконання ліквідаційної процедури, в тому числі акти інвентаризації майна, акти оцінки майна, звіт про виплачені кредиторам кошти, договори купівлі – продажу майна банкрута, довідки установ банку про закриття рахунків банкрута, довідку з архіву про прийняття документів, що підлягають довгостроковому зберіганню, довідку про знищення печаток і штампів банкрута, оригінали установчих документів і свідоцтво про державну реєстрацію, ліквідаційний баланс, інші документи про роботу ліквідатора по ліквідації банкрута.

Таким чином, здійснення ліквідації підприємства в процедурі банкрутства є досить складною і кропіткою процедурою, яка має свої особливості.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО МОНІТОРИНГУ НА РІВНІ БАНКУ

Автор: студент гр. ФБС-113-м Яворський М.М.
M_a_x_15@icloud.com
Керівник: д.е.н., проф. Жерліцин Д.М.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшко 16-б

Сучасний всебічний розвиток світу формує складні процеси, зокрема й економічного напряму, які по відношенню до України зумовлюють непередбачувані чинники. Прикладом цього є доволі болісне сприйняття державою світової фінансової кризи 2007– 2009 рр. та політична криза в Україні, що почалась у 2014 році. При цьому, відкритість кордонів передбачає вільне переміщення фінансових ресурсів, тому фінансові потоки в обох напрямах несуть у собі тіньовий складник. З урахуванням вищезазначених чинників, стантінізації економіки України є одним із найбільших показників у світі, що ставить подальший економічний і соціальний розвиток України під загрозу.

В умовах виникнення таких нагальних проблем для економічної безпеки країни, виникла потреба у функціонуванні контроль¬но-наглядової системи, здатної ефективно запобігати та протидіяти легалізації (від¬миванню) доходів, одержаних злочинним шляхом. Стрімкий розвиток глобальної фінансової системи, постійне вдоскона¬лення існуючих і застосування інновацій¬них інформаційно-комунікаційних тех¬нологій дає змогу проводити фінансові операції в найкоротший час, що створює додаткові можливості для фінансової під¬тримки організованої злочинності, зокре¬ма з транскордонними зв'язками. Саме тому для кожної держави боротьба з лега¬лізацією злочинних доходів є пріоритет¬ним напрямом забезпечення національної безпеки.

Вагомий внесок у дослідження проблеми економічної безпеки країни зробили вчені: З. Варналій, О. Турчинов, Б. Губський, З. Герасимчук, В. Попович та ін. Поширення офшорних зон вивчали такі вчені, як: О. Горбунова, Л. Грязнова, Т. Данько. Окремі питання запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержа¬них злочинним шляхом, і фінансуванню тероризму в Україні розглядались Л. І. Ар¬кушею, А. С. Беніцьким, М. В. Бондаре¬вою, А. Ф. Волобуєвим, В. П. Головіною.

Взагалі поняття «відмивання брудних грошей» має походження із США, де розповсюдженим методом легалізації доходів отриманих від торгівлі наркотиками, зброєю та від проституції були фіктивні наряди на прання білизни в пральнях. В наш час схеми легалізації можуть бути надзвичайно складними і заплутаними, але для всіх схем легалізації характерні наступні стадії («прання-віджим-сушка»):

- залучення незаконного доходу в ланцюг законних грошово-майнових операцій;
- маскування джерел доходів шляхом здійснення операцій;
- отримання реального доходу.

Водночас у зв'язку з активізацією діяльності терористичних організацій із транснаціональними зв'язками виника¬ють нові проблеми у сфері боротьби з лега¬лізацією (відмиванням) доходів, одержа¬них злочинним шляхом, що потребують вжиття жорстких заходів для здійснення контролю за функціонуванням «тіньо¬вих» фінансових потоків. Тому одним із пріоритетних напрямів антитерористичної стратегії держави повинно бути вияв¬лення та ефективне блокування каналів фінансової підтримки терористичних ор¬ганізацій. Особливої значущості в системі фінансування тероризму.

Важливим гравцем на полі боротьби з тінізацією економіки держави є банк.

В Україні основним нормативно-правовим актом, який регулює питання протидії легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом є закон України "Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, або фінансуванню тероризму". Цей закон визначає сутність та структуру системи фінансового моніторингу, основним призначенням якої є контроль та запобігання здійснення операцій, направлених на легалізацію доходів, отриманих незаконним шляхом.

Національна система фінансового моніторингу включає два рівні – первинний та державний.

Державний фінансовий моніторинг здійснюється суб'єктами державного фінансового моніторингу, одним з найважливіших фігур є Національний банк України.

Національний банк України є суб'єктом державного фінансового моніторингу, що здійснює державне регулювання і нагляд у сфері запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення

щодо небанківських фінансових установ-резидентів, які є платіжними організаціями та/або членами чи учасниками платіжних систем у частині надання ними фінансової послуги щодо переказу коштів на підставі відповідних ліцензій, зокрема Національного банку України (крім операторів поштового зв'язку в частині здійснення ними переказу коштів), філій іноземних банків, банків.

Положенням про здійснення банками фінансового моніторингу, затверджене Постановою НБУ № 417 від 26.06.2015 р. встановлюються загальні вимоги Національного банку України щодо:

– виявлення та реєстрації банками фінансових операцій, що підлягають фінансовому моніторингу;

– ідентифікації клієнтів;

– надання банками спеціально уповноваженому органу виконавчої влади з питань фінансового моніторингу (Державний комітет з фінансового моніторингу) інформації відповідно до вимог законів України з питань запобігання легалізації доходів, одержаних злочинним шляхом.

Первинний фінансовий моніторинг – це сукупність заходів, які здійснюються суб'єктами первинного фінансового моніторингу, спрямованих на виконання вимог чинного законодавства, що включають проведення обов'язкового та внутрішнього фінансового моніторингу.

До суб'єктів первинного фінансового моніторингу відносять банки, страхові та перестрахові компанії, кредитні спілки, ломбарди, платіжні організації та членів платіжних систем, клірингові установи, товарні та фондові біржі, професійних учасників ринку цінних паперів, операторів поштового зв'язку та спеціально визначених суб'єктів первинного фінансового моніторингу.

Сутність первинного фінансового моніторингу полягає в тому, що суб'єкти, які його здійснюють мають безпосередній контакт з особами, які можуть здійснювати операції з легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом. Суб'єкти первинного фінансового моніторингу мають можливість точно ідентифікувати таких осіб, дослідити їх діяльність, ведення обліку підозрілих операцій та відомостей про їх учасників.

Найбільша питома вага проведення фінансових операцій припадає на банківський сектор, зокрема на універсальні банки. Тому комерційні банки є найбільш активними суб'єктами первинного фінансового моніторингу, які надсилають основну частину повідомлень про операції, що підлягають фінансовому моніторингу Держфінмоніторингу України.

Відповідно до вимог чинного законодавства суб'єкти первинного фінансового моніторингу зобов'язані подавати до Держфінмоніторингу України інформацію про фінансові операції, які підлягають обов'язковому фінансовому моніторингу або щодо яких є підозри у причетності до відмивання коштів, чи фінансування тероризму.

Правила внутрішнього фінансового моніторингу розробляються банком з урахуванням вимог законів України, що регулюють питання запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, нормативно-правових актів Національного банку України, актів Уповноваженого органу, прийнятих на виконання та відповідно до цих законів, рекомендацій Групи з розробки фінансових заходів боротьби з відмиванням грошей, Базельського комітету банківського нагляду.

Основним принципом розроблення та реалізації Правил внутрішнього фінансового моніторингу і програм здійснення фінансового моніторингу банку є забезпечення участі працівників банку (у межах їх компетенції) у виявленні фінансових операцій, які можуть бути пов'язані з легалізацією (відмиванням) доходів, одержаних злочинним шляхом, або фінансуванням тероризму.

Отже, система фінансового моніторингу в Україні побудована з метою протидії легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом та фінансуванню тероризму, але, як показує гіркий досвід на повільне економічне зростання України при впевненому існуванні тіньової складової економіки, одним державним органам не під силу подолати злочинність у сфері фінансів, тому існує об'єктивна необхідність ще більшого підтримання та заохочення державою проведення сама первинного фінансового моніторингу, суб'єктами якого виступають універсальні організації - банки другого рівня.

СЕКЦІЯ - 5

МАРКЕТИНГ, МЕНЕДЖМЕНТ, ТУРИЗМ, ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Голова - к.е.н., доц. Цвілий С.М.

Співголова - к.е.н., доц. Венгерова О.В.

РОЗРОБКА ТА ОБГРУНТУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ КОМПАНІЇ-ВИРОБНИКА БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ

Автор: студент групи МО-113м Андрійчук О.В.
oleg.andriychuk@gmail.com
Керівник: к.е.н., доцент Цвілий С.М.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Сучасна вітчизняна економіка характеризується подальшим удосконаленням економічної стратегії за всіма рівнями управління. Тенденції загальноекономічної стабілізації, насичення вітчизняних ринків, посилення конкуренції, перспективи входження підприємств у господарські зв'язки обумовлюють необхідність комплексного стратегічного маркетингу і, у першу чергу – розробки і впровадження маркетингової стратегії підприємств. Сучасним підприємствам необхідно враховувати ряд чинників, що впливають на ефективність маркетингової стратегії, а саме ті, які складають середовище, силу конкурентної боротьби, потенціал маркетингу, економічні складники.

Проблеми формування основних положень і механізмів розробки маркетингової стратегії для підприємства не мають достатньої теоретичної і практичної розробки в науковій літературі. Науково обґрунтовані рекомендації щодо розвитку стратегічного маркетингу підприємств у ринкових умовах можна знайти у працях Б.А. Анікіна, Г.Дж. Болта, О.Є. Бурживалової, А.М. Гаджинського, М.П. Гордона, Ю.Б. Іванова, В.Я. Кардаша, Д.Д. Костоглодова, В.О. Литвиненка, Ю.М. Неруша, О.А. Новикова, П.А. Орлова, П.Г. Перерви. Питання розробки стратегії маркетингу підприємств досліджувалися у роботах І. Ансоффа, Ф. Котлера, Б. Карлофа, В.М. Гриньової та інших учених.

Маркетинговий підхід є універсальним напрямком в процесі створення та реалізації продукції і послуг компанії-виробників будівельних матеріалів. Маркетингова система, як підсистема управління існує на будь-якому підприємстві, однак, ступень її розвитку та ефективності має значні відмінності. В організаційному відношенні в великих та середніх фірмах управляюча ланка маркетингової системи – це спеціальні служби та відділи, а на малому це може бути безпосередньо один з керівників.

Сучасне маркетингове планування є комплексною системою, що включає підсистему стратегічного планування та планування маркетингу (оперативних, поточних). Планування маркетингу включає розробку планів для реалізації стратегічної програми фірми та включає такі розділи: зведення контрольних показників; поточна маркетингова ситуація; небезпеки й можливості; завдання і проблеми; стратегія маркетингу; програма дій; бюджет; порядок контролю.

Стратегія управління маркетингом є вибором і рефлективним відстежуванням загальних напрямів поведінки фірми на ринку в перспективі з урахуванням конкретних ціннісних орієнтації конкретної фірми.

Основними етапами моделі розробки маркетингової стратегії компанії-виробника будівельних матеріалів постають: аналіз середовища підприємства, визначення місії та цілей, вибір стратегії, виконання стратегії, оцінка і контроль виконання стратегії. При цьому кожний з етапів має свою цільову спрямованість, специфіку, самостійний і цілісний характер. Маркетингова стратегія дозволяє компанії найкращим чином використовувати ресурси, що є в неї, для досягнення поставлених цілей.

Стратегічний маркетинг промислового підприємства має комплексний, регулярний характер і для успішної його реалізації необхідна розробка й упровадження відповідного підходу, що полягає у взаємозалежній розробці як соціально-економічної підсистеми стратегічного маркетингу, що визначає цілі та зміст процесу управління, так і організаційної підсистеми, що визначає форму існування такого процесу.

ПОЛІТИКА ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ У СТРАТЕГІЧНОМУ МАРКЕТИНГУ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

Автор: студентка групи МО-113м Багмут В.О.
v.bagmut@gmail.com
Керівник: к.е.н., доцент Венгерова О.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Сьогодні на ринку страхових послуг існує багато гравців, які переважно надають тотожні або подібні одна до одної програми страхування. Це обумовлює складність створення конкурентних переваг, які б здатні були зробити страхову компанію неповторною, а її бренд впізнаваний для споживачів. За твердженням С. Варго та Р. Лаш, зараз маркетинг розвивається у «напрямку від товарно-домінантної логіки до сервісно-домінантної логіки». Одні й ті самі послуги надають багато компаній, що створює величезну конкуренцію. Споживачі під час свого вибору орієнтуються на ціну та якість послуги, але якщо зазначені критерії вибору є однаковими в декількох компаніях, то клієнт починає шукати додаткові переваги, які б задовольнили його попит найповніше.

До питання формування програми лояльності страхових копаній звертались такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як С. Варго, Р. Лаш, Дж. Нарвера, П. Петриченко, Н. Рябоконь, С. Слейтер, В. Чевганова, О. Яценко та інші. Незважаючи на значну кількість публікацій з приводу цієї проблеми, єдиної концепції побудови програми лояльності для споживачів страхової компанії й досі не розроблено.

Стратегічний маркетинг страхової компанії – це розробка довгострокової програми розвитку страхового бізнесу, яка спрямована на задоволення потреб страхувальників у захисті та досягненні прибутковості страхової компанії в умовах оточуючого середовища, що постійно змінюється.

У дослідженнях багатьох вітчизняних та закордонних вчених як базові принципи побудови стратегічного маркетингу страхової компанії використовуються ті, що були визначені М. МакДональдом ще у 1995 р. Ці принципи можна згрупувати у кілька великих блоків, а саме: визначення стратегічної мети бізнесу; ситуаційний аналіз; формування стратегій; розподіл ресурсів і контроль. На практиці у страхових компаніях маркетингова стратегія не завжди співпадає з налагодженим бізнес-процесом діяльності страхової компанії. Так, найбільш важливим є SWOT-аналіз у наступних формах: SWOT-аналіз, що відображає відносини з клієнтами; SWOT-аналіз, що відображає стан закордонного ринку страхування; SWOT-аналіз, що дає змогу оцінити сильні та слабкі сторони компанії за основними бізнес-процесами.

Політика лояльності страхової компанії - це діяльність, яка спрямована на забезпечення стійкої лояльності до бренду за допомогою довготривалого матеріального та нематеріального стимулювання споживачів, що проявляється у зниженні чутливості останніх до дій конкурентів. На відміну від існуючих, наведене визначення відображає мету формування лояльності, спосіб її досягнення та кінцевий результат.

Формування клієнтоорієнтованих стратегій страховими компаніями створює умови для створення стратегії з урахуванням лояльності страхувальників для ринку страхових послуг в цілому. Проведене дослідження сутності, видів та методів оцінювання лояльності дозволяє побудувати концепцію формування стратегії страхової компанії орієнтованої на лояльність страхувальників або на максимізацію прибутку. Між цілями страхової компанії та пріоритетами страхувальників існують певні конфронтації, які пов’язані з різними поглядами обох сторін на рівень обслуговування, характер страхових послуг, цінову політику тощо.

ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ОРГАНУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Автор: студент групи ПУА-227-м Беззубченко В. В.
Керівник: кандидат технічних наук Магар Н.Г.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул.Гетьманська, 108

На сучасному етапі розвитку роботи державного апарату потрібно вдаватись до більш сучасних і ефективніших методів покращення роботи.

Аналіз дієвості використання досліджуваним органом місцевого самоврядування (Саксаганська районна у місті Рада) технологій мотивації та стимулювання його персоналу показав, що на даному етапі в районній державній адміністрації рівень задоволеності у працівників абсолютною більшістю мотиваційних факторів становить більше половини від максимальної оцінки, окремі показники (структурованість роботи та самовдосконалення, комфортні умови праці) сягають абсолютного ступеня задоволеності. Найменшого рівня задоволеності сягають фактори «соціальні контакти» та «стійкі взаємовідносини».

З огляду на існуючі та законодавчо визначені потреби у пошуку шляхів модернізації технологій мотивації та стимулювання персоналу державних органів, нами запропоновано впровадження та використання у районних державних адміністраціях мотиваційного моніторингу - як системи постійного спостереження і контролю стану мотивації трудової діяльності з метою його оперативної діагностики й оцінки в динаміці, прийняття кваліфікованих управлінських рішень.

В основу системи мотиваційного моніторингу, яку пропонується впровадити в Саксаганській районній у місті Раді, нами запропоновано проведення систематичного тестування працівників, спрямованого на виявлення їх ставлення до мотиваційних чинників, а також рівня їх задоволення. Обгрунтовано доцільність використання в якості інструментів мотиваційного моніторингу таких методик як 12-факторна модель мотивації Ш. Річі - П. Мартіна (тест «Мотиваційний профіль»), опитувальників типу «Мотивація успіху і боязні невдач» А.А. Реана, «Тест мотивації досягнення» А. Мехрабіана, тесту Г ерцберга.

Також пропонуються шляхи удосконалення технологій формування ефективної системи мотивації персоналу районної представницької влади в контексті підвищення його професіоналізму, запропоновані методи стимулювання працівників райдержадміністрації до підвищення рівня професійної компетенції.

З огляду на те, що особливості правового статусу регулюються системою нормативно-правових актів, запровадження ефективного механізму стимулювання персоналу в місцевих органах самоврядування можливе за умови внесення необхідних змін до цих законодавчих актів, автором розглянуто окремі положення чинного законодавства яке здійснює правове регулювання інституту державної служби та запропоновано шляхи його оптимізації.

Для модернізація технологій мотивації та стимулювання персоналу в досліджуваній організації доцільно запровадження та використання у місцевих органах самоврядування мотиваційного моніторингу - як системи постійного спостереження і контролю стану мотивації трудової діяльності з метою його оперативної діагностики й оцінки в динаміці, прийняття кваліфікованих управлінських рішень. В основу системи мотиваційного моніторингу, яку пропонується впровадити в досліджуваній Саксаганській районній у місті Ради, нами запропоновано проведення систематичного тестування працівників, спрямованого на виявлення їх ставлення до мотиваційних чинників, а також рівня їх задоволення.

З огляду на те, що особливості правового статусу регулюються системою нормативно-правових актів, доцільним вбачається подальше вдосконалення положення чинного законодавства щодо встановлення адекватного мірі відповідальності та обов'язків співвідношення між розмірами заробітної плати відповідних категорій працівників. Об'єктивно необхідним з огляду на Європейський досвід є повернення до категорії мінімальної заробітної плати, як ключового соціального стандарту у формуванні усієї системи оплати праці працівників державних органів, замість встановленої наприкінці 2018 року категорії прожиткового мінімуму. А також доцільним є розробка та впровадження в систему чинного законодавства інституту внутрішнього конкурсу як способу оцінки державних службовців при просуванні по службі.

Зважаючи на те, що фінансові ресурси держави на сьогоднішній день є достатньо обмеженими, доцільним є широке впровадження не грошових методів мотивації відібраних із врахуванням мотиваційних профілів працівників.

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЧНОЇ ПРОГРАМИ МАРКЕТИНГУ ВІТЧИЗНЯНОГО ДИСТРИБ'ЮТОРСЬКОГО ЦЕНТРУ

Автор: студент групи МО-113м Булат М.Д.
maksbulat9831@gmail.com
Керівник: к.мист., доцент Паламарчук С.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Економічна ситуація не сприяє формуванню конкурентоспроможних суб'єктів господарювання і створенню розвиненого конкурентного середовища у вітчизняній економіці. Розрив господарських зв'язків між країнами СНД, політична криза, слабкий фінансовий стан фірм-суміжників, низький платоспроможний попит споживачів, низька конкурентоспроможність продукції, гальмування процесу її оновлення, нестача власних обігових коштів та втрата здобутих позицій на ринку є основними причинами низьких обсягів виробництва і реалізації продукції вітчизняних промислових і торгівельних підприємств та організацій.

Разом з тим, процес трансформації економічної системи характеризується високим рівнем нестабільності та невизначеності зовнішнього середовища, збільшенням впливу його чинників на економіку і управління підприємством. Розробка принципово нових товарів на основі застосування прогресивних технологій, опанування нових ринків збуту, різкі коливання ринкового попиту і кон'юнктури, послаблення державного регулювання економіки визначають складність розвитку сучасного виробництва. В умовах становлення ринкових відносин процес регулювання є засобом зниження ринкової невизначеності, забезпечення стабільності економічних процесів на підприємстві.

Проблеми формування основних положень і механізмів регулювання виробництва та реалізації продукції на підприємстві не мають достатньої теоретичної і практичної розробки в науковій літературі. Науково обґрунтовані рекомендації щодо розвитку виробничо-збутової діяльності підприємств у ринкових умовах можна знайти у працях Б.А. Анікіна, Г.Дж. Болта, О.Є. Бурживалової, А.М. Гаджинського, М.П. Гордона, Ю.Б. Іванова, В.Я. Кардаша, Д.Д. Костоглодова, В.О. Литвиненка, Ю.М. Неруша, О.А. Новикова, П.А. Орлова, П.Г. Перерви. Питання розробки збутової і виробничої політики підприємств досліджувалися у роботах І. Ансоффа, Ф. Котлера, Б. Карлофа, В.М. Гриньової, Л.О. Української та інших учених-економістів.

Відзначено, що для вітчизняних дистриб'юторських центрів доцільно: 1) використання сучасного механізму регулювання виробництва та реалізації продукції; 2) визначення його головних блоків; 3) розробка функціональної структури; 4) дослідження і розкриття особливості формування і реалізації товарної політики; 5) організація інформаційного сервісу клієнтів.

З метою регулювання виробництва слід здійснювати контроль за формуванням перспективної виробничої програми підприємства шляхом аналізу повного переліку продукції, що виробляється, включаючи перспективні вироби за їх показниками. Підприємству для розробки програми маркетингу доцільно: 1) розробити комплекс методів логістики стосовно вдосконалення регулювання виробничо-збутової діяльності; 2) впровадити методичний підхід до комплексної оцінки системи реалізації продукції з врахуванням впливу факторів зовнішнього середовища і кон'юнктури ринку конкретного товару; 3) розробити маркетингову програму заходів з удосконалення розподільної системи фірми та механізм створення і визначення місця розташування розподільних центрів на базі методу збутового зонування.

Програма маркетингу підприємства описується системою цільових показників, що характеризують кінцеві результати діяльності за наступними напрямками: 1) ріст обсяг реалізації продукції; 2) політика відновлення продукції; 3) політика зміни якості продукції; 4) технічна політика виробництва.

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студент групи МО-113м Буравий А.А.
andreyburaviy@ukr.net
Керівник: к.е.н., доцент Цвілий С.М.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Рівень розвитку промисловості будь-якої країни визначає умови функціонування економіки в цілому, оскільки становить основу відтворювальних процесів і засобів існування. Результат промислових підприємств впливає на галузеву структуру, рівень науково-технічного прогресу, доходів населення та загальне положення держави. Оновлення вітчизняної економіки у післякризовому періоді змушують промислові підприємства адаптуватися до змін зовнішнього середовища, здійснювати переорієнтацію стратегії, диверсифікувати виробництво, впроваджувати нові технології, шукати нові ринки збуту.

Вітчизняні промислові підприємства здійснюють свою діяльність, орієнтуючись на ринок, на вимоги кінцевих споживачів. Однак більшість з них має кілька істотних проблем, пов’язаних не стільки з неякісним виготовленим товаром, скільки з нездатністю забезпечити його реалізацію на сучасному ринку. Для ефективної діяльності підприємства в умовах конкурентного середовища необхідне формування організаційно-економічного механізму на базі систематичного вивчення ринку, поведінки споживачів, їх вимог до товару. Це потребує створення переважно нової системи управління підприємствами, адаптованої до проблем розвитку економіки України, її трансформації на ринкових засадах.

Загальноприйнята методика формування та управління системи збуту є дещо неприйнятною щодо товарів промислового призначення. Тому виникає потреба побудови системи збуту промислового підприємства з урахуванням сучасних ринкових реалій і умов та наслідків фінансово-економічної кризи. Економічним проблемам промислового розвитку присвячені наукові розробки Б.А. Анікін, А.П. Тряпухін, В.І. Біляєвський, А.М. Гаджинський, А.Г. Кальченко. Окремі питання розробки системи збуту отримали висвітлення у працях вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як: В.Я. Кардаш, С.М. Ілляшенко, Н.В. Куденко, Л.Б Міротін, Ю.В. Морозов, В.Н. Наумов, Ю.М. Нєруш, С.А. Уварова. Однак, при дослідженні збутової діяльності промислових підприємств питання маркетингу та збуту розглядаються лише окремо, а не комплексно.

Зроблено висновок, що для розширення обсягів збуту промислове підприємство має адаптуватися до вимог споживачів, коригувати асортиментну політику, виконуючи тим самим і спеціальні замовлення з наданням логістичних послуг і широким застосуванням лізингових операцій. Формування ефективної системи збуту для промислового підприємства є однією з невід'ємних умов досягнення успіху, тому при розробці потрібно враховувати динамічний характер, змінне середовище функціонування, нові методи просування та технології управління.

Рекомендовано реорганізувати відділ маркетингу, а саме: впровадження фахівців з маркетингових досліджень інформаційного забезпечення та фахівців з маркетингового планування. Саме за допомогою такої структури сучасна компанія підвищить конкурентоспроможність та ефективність системи збуту продукції за рахунок нових можливостей просування продукції та стимулювання збуту.

Встановлено, що система збуту повинна бути адаптивною і гнучкою, коригуватися відповідно до потреб споживачів та вимог ринку. Проблеми збутової політики промислових підприємств розв'язуються паралельно з державними заходами й орієнтирами економічної політики. Розробка методик і форм збуту дозволить вивести розвиток промислового підприємства на новий рівень.

УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студентка групи МО-117-м Гаврилюк Д. С.
Керівник: кандидат юридичних наук, доцент Косяк О.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Методологічною основою управління конкурентоспроможністю підприємства є концептуальні положення сучасної економічної та управлінської теорії, зокрема - ключові положення теорії ринку, теорії конкуренції та конкурентних переваг, концепції стратегічного управління, сучасної управлінської парадигми, а також базові принципи та прикладні інструменти, напрацьовані в рамках сучасних управлінських підходів, серед яких можна виділити класичні (системний, процесний, ситуаційний) та специфічні (логічний, маркетинговий, інноваційний, комплексний, глобальний, інтеграційний, функціональний, структурний, нормативний, логістичний).

Згідно системного підходу підприємство розглядається як система (підсистема) управління та система процесів (основних, допоміжних) постійно взаємодіюча із зовнішнім середовищем функціонування підприємства. Для ефективного функціонування підприємству, як правило, необхідні такі підсистеми, як закупки, виробництво, продажі, фінанси тощо.

Під процесним підходом до управління діяльністю підприємства, який є певною мірою складовою системного підходу, розуміється орієнтація діяльності підприємства на бізнес-процеси, а системи управління спрямовані на управління як кожним бізнес-процесом окремо, так і всіма бізнес процесами. Доцільність використання процесного підходу до управління конкурентоспроможністю підприємства зводиться до наступного. По-перше, всі підсистеми підприємства можуть бути відображені на рівні окремих процесів. По-друге, споживча вартість продукції яку виробляє підприємство, створюється саме в процесах, де по суті і формується (створюється) конкурентоспроможність як окремої продукції, так і підприємства в цілому. По третє, саме процеси перетворення вхідних ресурсів у продукцію є основою конкурентоспроможності підприємства. По-четверте, аналіз окремих виробничих процесів дозволяє виявити й проаналізувати проблеми у забезпеченні конкурентоспроможності як продукції так і підприємства в цілому.

Сутність ситуаційного підходу полягає в адаптації управління підприємством до конкретних обставин, які на певний період часу мають великий вплив на його функціонування. Така адаптація відбувається на основі результатів «ситуаційного мислення», які допомагають управлінцям приймати рішення щодо доцільності використання тих чи інших прийомів та методів управління для досягнення поставлений економічних цілей. Методологія ситуаційного підходу розглядається як процес, який складається з чотирьох послідовних кроків:

1. Керівник повинен бути ознайомлений із засобами професійного управління, які довели свою ефективність, розуміти процес управління, системного аналізу, методів планування та ін.

2. Кожна із управлінських концепцій і методик має як сильні, так і слабкі сторони, і керівник повинен передбачити можливі наслідки, як позитивні, так і негативні.

3. Керівник повинен вміти правильно сприймати та інтерпретувати ситуацію, тобто правильно визначити фактори, які є найбільш важливими в конкретній ситуації та який можливий ефект може відбутись при зміні однієї чи декількох змінних.

4. Керівник повинен вміти пов’язувати прийоми, які визивають найменший негативний ефект та недоліки з конкретними ситуаціями. Такі навички забезпечують досягнення цілей організації максимально ефективним шляхом в умовах існуючих обставин.

Принципова блок-схема організаційно-економічного механізму системи управління конкурентоспроможністю підприємства являє собою сукупність підсистем, що відображують агреговані комплекси дій по підвищенню конкурентних можливостей підприємства. Через складність та багатоаспектність проблеми конкурентоспроможності загальна блок-схема не відображує з високим ступенем деталізації всієї гами організаційно-економічних та технічних методів, способів, прийомів розв’язку задачі підвищення конкурентоспроможності підприємства. Але така структуризація дає змогу здійснювати системний та цілеспрямований пошук шляхів спряження всіх основних компонентів організаційно-економічного забезпечення внутрішньофірмового управління з метою концентрації зусиль і управлінських впливів на чинники, що визначають внутрішній потенціал підприємства, який дає змогу забезпечити підвищення його конкурентних можливостей.

СИСТЕМА СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ПІЛЬГОВИХ КАТЕГОРІЙ ГРОМАДЯН УКРАЇНИ

Автор: студент групи ПУА-227-м Данилюк А. В.
Керівник: старший викладач Мустафін В.І.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Проблеми і перспективи системи соціального забезпечення пільгових категорій населення України і світу складні і неоднозначні. Існуючі реалії показують широкий розкид показників рівня видатків на мережі соціального захисту пільгових категорій, які коливаються в діапазоні від наближених до нуля значень до більше 5% від ВВП. Враховуючи загальний низький рівень витрат на соціальне забезпечення, частка витрат на мережі соціального захисту більшості країн світу і нашої держави в загальному обсязі витрат на соціальне забезпечення пільговиків, як правило, вища, ніж в європейських країнах, знаходячись в межах від 5 до 50% і вище в загальному обсязі витрат на соціальне забезпечення населення. Це вимагає подальшої всебічної діяльності з визначеної тематики.

Пільги за своєю соціально-правовою природою є специфічними правами, які разом із спеціальною правоздатністю входять як елемент в спеціальний правовий модус. Норми про пільги утворюють комплексний міжгалузевий інститут законодавства, а в праві соціального забезпечення є наскрізним інститутом. Основна мета пільг полягає в створенні режиму найбільшого сприяння для задоволення потреб суб'єктів соціально- забезпечувальних відносин.

Визначальною характеристикою для одержувачів пільг є нужденність в наданні засобів для повноцінного вітального існування. При реформуванні системи пільг необхідно враховувати ту обставину, що повністю відмовитися від пільг нині неможливо, оскільки рівень соціального забезпечення, встановлений за допомогою основних його видів, поки не створює умов для нормального побутування таких громадян і підвищується головно за допомогою надання пільг. При наданні пільг необхідно керуватися принципами соціальної справедливості і адресності.

Соціально-забезпечувані пільги - це засоби, за допомогою яких задовольняються основні потреби громадянина, без яких він не зможе повновагомо існувати у соціумі. Основна відмінність соціально-забезпечуваних пільг від інших схожих понять, таких як привілеї, гарантії, імунітет, полягає в тому, що пільга - це полегшення становища суб'єкта, яке досягається шляхом зниження певного навантаження, звільнення від виконання непосильних обов'язків.

Сьогодні система соціального забезпечення поки ще не повністю відповідає соціальній справедливості, оскільки за допомогою основних її видів не повновагомо реалізуються такі її принципи, як принцип рівності, потреби, заслуг. Пільги створюють додаткові можливості для реалізації вказаних принципів, тому їх існування на даному етапі розвитку суспільства справедливе. Компенсаційний характер, який властивий пільгам в системі соціального забезпечення, полягає в заповненні можливостей для задоволення життєво важливих потреб суб'єктів соціального забезпечення, що знаходяться в нерівному становищі з іншими громадянами через біологічні, соціальні чи економічні причини. Вилучення із загальних правил при наданні пільг громадянам, котрі опинилися з тих або інших причин у важкій життєвій ситуації, повністю узгоджуються з принципом соціальної справедливості.

За умов дефіциту ресурсів додатковим резервом активізації боротьби з бідністю сьогодні є підвищення соціальної ефективності витрачання іманентно обмежених коштів, що передбачає реалізацію таких заходів: на соціально-психологічному рівні за допомогою засобів масової інформації та іншими способами сприяти викоріненню психології утриманства, акцентувати увагу громадян на неможливості існування безкоштовних благ; на суспільному рівні підключати до загальнодержавної проблеми подолання бідності такі інститути громадянського суспільства як сім'я, родичі; національні, фахові, релігійні та інші об'єднання і організації; політичні партії; благодійні фонди, меценати і спонсори; на підприємницькому рівні будь-який бізнесмен має можливість взяти на роботу бідного, хоч і міг би обійтись без його послуг. У такий спосіб бізнесмен і держава розділяють між собою вартість утримання бідного.

Кінцева мета здійснення заходів політики соціального забезпечення пільгових категорій населення полягає в переході від пасивної соціальної політики благодійницького типу до активної політики соціальних видатків і соціального партнерства на принципах інвестицій у «людський капітал» соціальних цінностей високого життєвого рівня, здоров'я та освіти. Задача полягає не просто в підтримці малозабезпечених, а в радикальному скороченні їх кількості. Піднесення загального добробуту, ліквідація масової бідності дозволяють знизити гостроту соціальної несправедливості, а також суттєво розширити якість життя пільговиків.

ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ СТРАТЕГІЇ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА В ГЛОБАЛЬНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Автор: студентка групи МО-217м Дегтярук А.В.
anastasiya_degtyaruk@gmail.com
Керівник: к.мист., доцент Паламарчук С.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

З переходом до глобальних умов розвитку бізнесу відбуваються принципові зміни в системі управління виробничими підприємствами. Наслідком таких змін стають нові підходи до якості управління підприємством та до управлінських кадрів. Сучасним кадровим службам недостатньо тільки оформляти накази і зберігати кадрову інформацію. Вони поступово повинні трансформуватися у центри з розробки і реалізації стратегії організації праці, мета якої підвищення виробничої, творчої віддачі й активності персоналу, розробка і реалізація програм розвитку кадрів, забезпечення справедливої оплати праці і т.д.

Сьогодні персонал підприємства визначається як його найважливіша підсистема, дія якої має значний вплив на результати діяльності. Політика кадрового забезпечення спрямована на підвищення ефективності праці та кадрового потенціалу. Діяльність підприємства зазнає впливу факторів зовнішнього й внутрішнього середовища. Основним фактором внутрішнього середовища є наявність кваліфікованого персоналу, раціональний його склад, структура, рівень лояльності та професіоналізму. У цьому зв'язку на передній план входить питання ефективного формування кадрового потенціалу та ефективності управління.

Процес управління кадровим потенціалом будується на функціональних підсистемах, що включають формування кадрового потенціалу на основі планових потреб, розвиток кадрового потенціалу та реалізація кадрової політики і стратегії, управління якістю трудового життя, управління процесом використання кадрового потенціалу. Оцінка кадрового потенціалу ґрунтується на вартісному, дохідному та порівняльному підходах. При аналізі кадрового потенціалу використовуються кількісні та якісні показники.

Стратегія ефективного формування та використання кадрового потенціалу повинна ґрунтуватись на розробленій моделі управління. Вона повинна поєднувати принципи, цілі, задачі, функції управління у системі механізму управління. Основною метою управління кадровим потенціалом на підприємстві є створення сприятливих умов для найефективнішого його використання. Досягнення цієї мети базується на наступних напрямках: розробка політики кадрового потенціалу, прогнозування потреб персоналу, формування оптимальної кадрової структури, моніторинг кадрового потенціалу.

З метою забезпечення ефективності формування та використання кадрового потенціалу формується концепція якості трудового життя, що ґрунтується на підходах справедливої винагороди за працю, забезпечення сприятливих умов праці, створення можливості розвитку персоналу, професійного зростання, сприятливих умов спілкування в трудовому колективі, забезпечення стимулювання праці. Модель управління персоналом повинна визначити умови формування нових моральних цінностей, поліпшення творчої та організаторської активності, формування гуманізованої організаційної культури.

Традиційні підходи до оцінки кадрового потенціалу (аналіз кадрової інформації, бесіди та опитування працівників, оцінка професійних знань і вмінь тощо) носять поверхневий характер й не враховують такий важливий параметр як ефективність формування та використання персоналу. Пропонується для оцінки кадрового потенціалу застосовувати показник рентабельності персоналу, який можна представити як трьох факторну модель, складниками якої є рентабельність продажів, частка реалізованої продукції в обсязі випуску, середньорічна вироблена продукція одним працівником.

ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

Автор: студент групи МО-113м Дордюк В.С.
q123w222@gmail.com
Керівник: к.мист., доцент Паламарчук С.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Відновлення економіки України відбувається одночасно з депресивним станом більшості галузей національного господарства внаслідок повільної адаптації фірм до умов післякризового періоду. Загострення конкуренції, поглиблення структурних диспропорцій у виробництві та попиті, постійна потреба суб'єктів ринку в пошуку рішень, спрямованих на зниження ризиків, актуалізують необхідність розробки, впровадження ефективних стратегій розвитку аграрної галузі та формування її виробничо-комерційного потенціалу.

Сучасний етап розвитку аграрного сектору економіки країни характеризується створенням нових умов підприємницької діяльності. Формується економічна ситуація, за якої виникає нагальна потреба в подальшому розвитку ринкової орієнтації виробництва. У зв'язку з цим реальним економічним інструментом організації діяльності аграрних підприємств з урахуванням вимог ринку стає агромаркетинг - комплексно-системний метод вирішення проблем організації, який охоплює всі стадії процесу «виробництво – розподілення (обмін) – споживання».

Методичні та прикладні проблеми агромаркетингу висвітлено у працях вчених: В. Андрійчука, Т. Астратової, Р. Бренсона, В. Власова, Т. Дудара, В. Зіновчука, Л. Карданової, І. Кириленка, В. Клюкача, Р. Коулза, М.Маліка, В. Неганової, Д. Норвелла, С. Паламарчука, П. Саблука, В. Ситника, Дж. Ула, Ю. Ципкіна, О. Шпичака та інших науковців. Наукові праці цих дослідників дозволили виявити закономірності становлення й розвитку прикладного маркетингу, взагалі, та в аграрній сфері, зокрема. Однак, багато проблем, пов'язаних із маркетинговою діяльністю виробників сільськогосподарської продукції, досліджені недостатньо і не повною мірою враховують трансформації, що відбулися в аграрному секторі після визнання України країною з ринковою економікою.

Алгоритм формування системи маркетингу аграрного підприємства, який грунтується на короткостроковому плануванні, спрямовується на вже існуючі ринки й оперує тактичними засобами управління комплексу маркетингу: товар, збут, ціна і комунікації. Функціональною основною метою алгоритму є досягнення запланованого обсягу продаж і одержання нових замовлень при мінімізації витрат, що трансформується у виробничу програму для відділу операцій і в програму збереження збуту для відділу продажів. Зміст процесу формування системи маркетингової діяльності в сільськогосподарському підприємстві залежить від того, до якої галузі воно належить, від обсягів виробництва, форми організації та форми власності.

Доцільним є впровадження інструментарію маркетингу відносин в практиці діяльності аграрного підприємства. Ефективність довгострокових взаємовигідних партнерських стосунків виявляється не відразу, оскільки виробникові доводиться передбачати забезпечення партнерам справедливого доходу як певну компенсацію. Тут слід враховувати не тільки необхідність підвищення доходності кожного з учасників партнерського ланцюжка (постачальника, посередника і споживача), а й поступове формування їх лояльного ставлення у напрямку: поімформованість → зацікавленість → оцінка → сприйняття → прихильність → відданість. Економічний ефект логістичної діяльності підприємства виявляється в економії поточних витрат за рахунок скорочення тривалості логістичних циклів, простоїв обладнання, «пролежування» деталей та вузлів, що входять у кінцеву продукцію, оптимізації транспортних перевезень, зниження складських запасів.

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ІЗ ЗАСОБАМИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Автор: студентка групи ПУА-227-м Дуванова О. М.
Керівник: кандидат технічних наук Магар Н.Г.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Мас-медіа є одним з найпотужніших комунікативних засобів суспільства. Саме ЗМІ втілюють і репрезентують громадянську думку, здійснюють функції спостерігача та контролера законодавчої, виконавчої та судової влади. Важливість засобів масової інформації для громадянського суспільства полягає також в створенні символічної публічної сфери - уявної загально-громадської трибуни, яка може слугувати для висловлення та лобіювання суспільних та місцевих інтересів. Громадяни повинні відчувати себе частиною тієї спільноти, в якій вони живуть. Таким чином, ЗМІ є фактично зв'язуючою ланкою, передавачем інформації від держави до суспільства, і, навпаки, - від суспільства до держави.

Для забезпечення більшої відкритості органів влади і місцевого самоврядування вирішення проблеми доступності громадян України до актуальної інформації необхідно: врегулювати порядок отримання публічної інформації, чітко визначити критерії віднесення інформації до відомостей з обмеженим доступом; запровадити дієві механізми відповідальності державних службовців за несвоєчасне і не якісне виконання тієї частини посадових обов'язків, що відноситься до надання інформації; чітко визначити та законодавчо закріпити поняття «інформаційні послуги» та включити його до обов'язкового переліку повноважень органів місцевого самоврядування.

Для подальшого стимулювання розвитку громадянського суспільства в Україні нагально необхідно:

1. Привести вітчизняне законодавство у відповідність з європейськими стандартами щодо розвитку громадянського суспільства. У першу чергу, це стосується нового Закону України „Про громадські організації".

2. Міністерству юстиції України, з одного боку, та громадським організаціям і їх об'єднанням - з другого, проводити постійний моніторинг всіх нових нормативно-правових актів на їх відповідність зазначеним стандартам та дотримання їх на практиці.

3. Розгорнути широку інформаційно-освітню роботу щодо пропагування європейських стандартів розвитку громадянського суспільства серед громадян, їх об'єднань та державних службовців. З цією метою використовувати ЗМІ.

Подальший ефективний розвиток системи ЗМІ неможливий без подолання технологічного відставання у сфері інформаційно-комунікативних технологій. Для вирішення цього завдання є необхідним: упровадження цифрового мовлення, досягнення стовідсоткового частотного покриття території України діючими каналами мовлення та мережами мовлення, розвиток багатоканальних телекомунікаційних мереж. Одночасно, зусилля органів влади та місцевого самоврядування мають бути зосередженні на ліквідації комп'ютерної неосвіченості населення та інтенсифікації впровадження Інтернет-сервісів у різні сфери суспільного життя. В українських реаліях виконання цього завдання пов'язане з регулюванням і стимулюванням щонайменше трьох сфер: а) систематизоване планове поширення телекомунікаційних мереж і подальша комп'ютеризація; б) розвиток українського сектору Інтернет, включаючи нормативно-правове забезпечення діяльності вітчизняних Інтернет-ЗМІ; в) випереджальне - протягом 3-5 років - подолання комп'ютерної неграмотності населення.

Є потреба вдосконалення механізмів взаємодії органів місцевого самоврядування і ЗМІ в умовах розбудови демократії та формування громадянського суспільства, які мають три головні складові: а) визначення ідеологічних постулатів (концепції); б) організаційна структурованість функцій, що відповідають за діяльність ЗМІ; в) професійна досконалість працівників спеціальних державних підрозділів (прес-служб, прес-секретарів, відділів по зв'язках із ЗМІ), журналістів, а також самих державних службовців, які часто є носіями новин.

Взаємодія органів місцевого самоврядування і засобів масової інформації має здійснюватися на основі чітко визначеної та зрозумілої мети, принципів та цінностей, через позитивне ставленням та розуміння цільової аудиторії, на яку спрямовані повідомлення з органів виконавчої влади, місцевого самоврядування шляхом чіткої методичної та функціональної спрямованості цієї діяльності. Така робота передбачає стратегічне планування, моніторинг та глибокий аналіз у сфері інформаційної політики держави, що може стати джерелом для подальшого наукового пошуку.

ЗАСТОСУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ

Автор: студентка групи ПУА-227-м Єгорова М. Б.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Адаменко М.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Електронне урядування в Україні лише набирає своїх обертів та потребує детального вивчення при впровадженні. Розглядаючи електронне урядування як систему принципів відкритості та прозорості демократичної культури варто використовувати міжнародний досвід країн, які є передовими у цьому напрямку. Для України найбільш наглядним прикладом впровадження електронного урядування є Естонія, яка за останні декілька років змогла вирватись у 20 лідерів країн по впровадженню новітніх технологій в управління державою.

Проаналізувавши міжнародний досвід в впровадженні електронного урядування та уже існуючі розробки в України нами розроблено практичні рекомендації щодо розвитку та впровадження електронного урядування. Необхідними кроками в даному напрямку є:

1. Прийняття окремих законодавчих актів:

Закон щодо ідентифікації особи в мережі інтернет, оскільки перехід на ID-картки громадянина може зайняти дуже багато років, якщо не десятиліття, варто прийняти закон про регулювання системи BankID;

2. Внести зміни до законодавчих актів, які регулюють порядок надання окремих послуг громадянам, оскільки досить часто виникають колізії.

3. Внести зміни в закони які регулюються порядок збирання та зберігання інформації органами державної влади.

4. Побудова простої та зрозумілої структури порталу, яка будуватиметься на можливості громадян до зворотного зв'язку, можливістю оцінити якість надання послуги та внести свої корективи та побажання в його побудову.

5. Переведення в електронний доступ найбільш поширених послуг, немає сенсу зосереджувати свою увагу на розробці та впровадженні послуг з якими громадяни дуже рідко зустрічаються у своєму повсякденному житті, головне надати доступ громадянам скористатись дійсно необхідними послугами такими як отримання паспорта, реєстрації, різного роду довідок;

6. Популяризація порталу надання послуг та електронного урядування загалом. Незважаючи на розвиток інформаційних технологій та їхню доступність для громадян досить незначний їх відсоток розуміють їхню необхідність, ще менший відсоток має можливість та розуміє принцип їхнього надання. Якщо говорити про електронне урядування, як простий спосіб комунікації між громадянином та державним органом дуже важливим є навчання громадян а також загальна популяризація такого ресурсу.

7. Налагодження бізнес-процесів в державних органах, зараз дуже слабо розвинені канали зв'язку різних державних органів між собою допомогти їх розвитку могло б запровадження єдиної системи електронного документообігу, яка могла б з'єднати всі державні органи між собою та повністю забрати необхідність використання паперових носії інформації. Проте, навіть якщо запровадження такої системи є ускладненим, можна налагодити інші шляхи комунікації, які б скороти час збору інформації та опрацювання звернень від громадян.

8. Чіткий контроль за впровадженням електронного урядування шляхом створення міцної команди управлінців.

Зазначені вище рекомендації стосуються впровадження електронного урядування загалом, якщо ж говорити про те які новітні управлінські технології використати саме при розробці того чи іншого порталу електронного урядування то ми вважаємо що цілком ймовірна його розробка як з через аутсорсинг послуг до компанії, яка уже має практичний досвід у розробці такого роду систем або ж використати краудсорсинг, метод який тільки набирає своїх оборотів.

СЛУЖБОВІ ВІДНОСИНИ У ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

Автор: студентка групи ПУА-227-м Задорожня М.А.
Керівник: старший викладач Мустафін В.І.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Взаємовідносини між державними службовцями і споживачами управлінських послуг мають багато форм і методів здійснення. Це – ділова бесіда, ділове листування, факси, телеграми, офіційні та неофіційні зустрічі, прийоми, презентації, які вимагають формування відповідного іміджу, знання правил етикету та культури ділового спілкування.

Для ефективного виконання державних завдань сьогодні недостатньо бути професійно підготовленим працівником, мати необхідні знання й достатній досвід роботи, необхідно також уміти встановлювати ділові стосунки зі споживачами управлінських послуг та не допускати упередженості чи перевищення службових повноважень.

Сьогодні в Україні спостерігається досить низький рівень довіри суспільства до різних гілок влади, що пов’язано з певною оцінкою їхньої діяльності та значною мірою зумовлено емоційним сприйняттям їхнього іміджу. Якщо є непривабливим імідж державного службовця, то під загрозою і авторитет самої влади. І з цим необхідно рахуватися. Тому державна служба повинна висувати до своїх працівників різні вимоги залежно від посади, характеру та змісту їхніх функцій.

На підставі проведеного дослідження теоретичних та методичних засад службових взаємовідносин у процесі публічного адміністрування було встановлене, що економічна діяльність, бізнес, менеджмент можуть успішно здійснюватися тільки за наявності загальноприйнятих етичних норм.

Етика державного службовця — це система норм поведінки, порядок дій і правил, взаємин і принципів у державно-службових відносинах, що являють собою сукупність найбільш придатних, глибоко усвідомлених і конкретизованих, які належать даному суспільству і є нормами загальнолюдської моралі.

Етика державного службовця і юридична відповідальність — категорії нерозривні. Сьогодні, у разі порушення державним службовцем етичних правил, які втілені у правових нормах, відразу викликає реакцію громадськості, так державне і громадське життя значною мірою залежить від моральних цінностей, що утвердилися в суспільстві, від моральних відносин держави і громадянина, соціальної справедливості, нетерпимості до моральних відхилень особи і державних інституцій.

Проблема професійної етики державного службовця пов’язана з тим, що його діяльність має відповідати не тільки положенням Конституції і чинного законодавства, а й моральним принципам і нормам.

Етичні вимоги до державних службовців дуже важливі, тому що вони є невід’ємною частиною програми соціального управління, тому врахування морально-психологічного рівня розвитку суспільства впливає на виконання управлінського рішення, тобто на ефективність державної служби.

Порівняльна характеристика якостей державних службовців, отриманих в області та західноєвропейськими експертами, засвідчує про суттєву різницю наявних якостей службовців місцевих державних адміністрацій від європейських стандартів.

Таким чином, ми розуміємо, що етика державно-службових відносин у широкому значенні є практично виховною і регульованою чинністю.

Подальші дослідження передбачають розробку заходів з поліпшення стану службових відносини між державними службовцями Тернопільської ОДА.

УПРАВЛІННЯ ТОВАРНОЮ ПОЛІТИКОЮ В КОНЦЕПЦІЇ ПРОМИСЛОВОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студент групи МО-113м Зайцев М.В.
nikita_zai@i.ua
Керівник: к.е.н., доцент Цвілий С.М.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

В сучасних умовах важливу роль відіграє управління товарною політикою промислового підприємства як базової умови його комплексного розвитку. Розробка, реалізація та вдосконалення товарної політики сучасної компанії передбачає виконання такого переліку робіт: комплексний аналіз можливостей діючих ринків з позиції забезпечення успішної реалізації попередньої номенклатури продукції, тобто оцінка ринків збуту; оцінка рівня конкурентоздатності власного товару і аналогічного товару, виробленого конкурентами; вибір найбільш сприятливих ринків і встановлення для кожного з них відповідної номенклатури продукції, обсягу реалізації, ціни, аналіз зміни виторгу, визначення її оптимальних обсягів і відповідних їм цін, а також розробка плану перспективної номенклатури продукції з урахуванням її конкурентоспроможності і ринкових позицій.

Маркетинг повинен кожному виробникові допомогти виявити і забезпечити їх задоволення краще, ніж це конкуренти, що забезпечується, насамперед, шляхом реалізації товарної політики. Ця політика визначає здійснення таких заходів, як: модифікація виготовлених товарів; розробка нових видів продукції; зняття з виробництва застарілих товарів; встановлення оптимальної номенклатури виготовлених виробів; створення кращої упаковки й проведення маркування товарів; організація сервісного обслуговування; післяпродажні контакти з покупцям й споживачами.

Питання розвитку теорії та практики товарної політики в системі маркетингу знайшли висвітлення в роботах зарубіжних та вітчизняних учених: Н.В. Герасимяк, І.В. Заблодської, С.М. Ілляшенка, В.Я. Кардаша, Ф. Котлера, Є.В. Крикавського, Ю.В. Пономарьової, Н.Б. Ткаченко, Н.І. Трішкіної, Р.А. Фатхутдінова, Г.О. Холодного, О.М. Шканової, О.М. Шевченко та ін. Кожна з запропонованих методик оцінки товарної політики з високим рівнем деталізації відображає різні аспекти проблеми, яка досліджується. Однак ці методики оцінки не дозволяють вирішити проблему щодо формування та вдосконалення маркетингової товарної політики компаній в сучасних умовах.

Ефективність управління товарною політикою безпосередньо залежить від вирішення наступних питань: які товари варто виготовляти і у якій кількості, коли їх треба робити, яке співвідношення повинно бути між різними товарами, на яких ринках працює підприємство, тобто визначення кола потенційних покупців і попиту на пропоновану продукцію, яким чином ці продукти виготовити, за допомогою яких ресурсів, у тому числі кадрових і технологічних, яка буде пропозиція цього товару, яка конкурентоздатність даного товару в порівнянні з товарами конкурентів тощо.

В процесі розробки концепції товарної політики доцільно розглядати два взаємодоповнюючих концептуальні підходи: асортиментну концепцію та концепцію нового товару. Асортиментна концепція реалізується у вигляді системи показників, що характеризують можливості оптимального розвитку виробничого товарного асортименту комбінату. Мета концепції асортименту – зорієнтувати підприємство.

Ефективність товарної політики підприємства у великій мірі визначається обґрунтованістю та раціональністю вибору методів її формування. Формування раціонального та ефективного товарного асортименту можливе лише за умови обґрунтованого застосування відповідних методів управління товарним портфелем промислового підприємства, в якому оптимізацію товарного асортименту доцільно проводити з використанням методів ABC-XYZ-аналізу та Маркон-аналізу.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЗВ'ЯЗКІВ МІЖ ОРГАНОМ ВЛАДИ ТА ТЕРИТОРІАЛЬНОЮ ГРОМАДОЮ

Автор: студент групи ПУА-117-м Зарайський О. О.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Карабаза І.А.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

У сучасних умовах розвитку місцевого самоврядування в Україні впровадження місцевої політики, прийняття управлінських рішень неможливе без урахування інтересів територіальної громади як основи місцевого самоврядування.

Для ефективного реформування системи державно-управлінських відносин в Україні, децентралізації управлінських послуг маю ть сформуватися ефективні та результативні механізми взаємодії органів місцевого самоврядування та громадських об'єднань як представників інтересів місцевих мешканців. Впровадження політики партнерства між цими суб'єктами дає змогу удосконалювати систему місцевого самоврядування, розвивати громадянське суспільство, підвищувати рівень місцевої демократії, активізувати представників місцевої громади, а відсутність такої політики стримує розвиток як органів місцевого самоврядування, так і територіальної громади.

Процес реформування системи державного управління в Україні тільки тоді буде наближатися до стандартів та критеріїв ЄС, коли основна частина державних та громадських послуг буде координуватися та надаватися органами місцевого самоврядування за участі органів самоорганізації населення та громадських об'єднань.

На підставі аналізу особливостей функціонування механізмів взаємодії органів місцевого самоврядування та громадських об'єднань можна сформулювати такі висновки щодо вдосконалення функціонування цих механізмів у сфері децентралізації державно-управлінських послуг:

- механізми взаємодії органів місцевого самоврядування та громадських об'єднань мають спиратися на прозору, чітку і несуперечливу систему правових регуляторів, які забезпечують процедуру партнерства й співпраці; публічні та контрольовані процедури розробки й реалізації проектів та моделей партнерства і співпраці; різноманітні форми фінансування взаємодії за рахунок різних джерел на основі відкритих конкурсів; заходи навчально-професійного спрямування щодо вивчення та поширення європейського та вітчизняного досвіду взаємодії;

- для вдосконалення механізмів взаємодії між органами місцевого самоврядування та громадськими об'єднаннями з боку перших необхідно розробити програми координації дій та запровадити заходи спільного планування щодо визначення та розв'язання першочергових проблем регіонального та місцевого розвитку, визначити необхідні обсяги ресурсно-фінансового забезпечення реалізації таких програм, заходів та дій. Громадські об'єднання, зі свого боку, повинні краще інформувати про свій кадровий, професійний та ресурсний потенціал, визначити заходи спільних дій щодо організаційно-правового забезпечення надання якісних послуг населенню , на принципах відкритості та конкурентності запровадити систему моніторингових оцінок якості управлінських послуг та доводити цю інформацію до населення, посилити контроль за діяльністю органів місцевого самоврядування в цілому щодо їх наближення до отримувачів відповідних послуг;

- доцільне ширше впровадження на ринку соціальних послуг системи соціального замовлення, тобто комплексу заходів організаційно-правого характеру для реалізації загальнодержавних та місцевих цільових соціальних програм і соціальних проектів за рахунок бюджетних коштів шляхом укладання соціальних контрактів на конкурсній основі. При цьому роль органів місцевого самоврядування полягає у визначенні пріоритетів соціальної політики, формуванні пакета соціальних замовлень, їх розміщенні та здійсненні контролю за реалізацією. У свою чергу, громадські об'єднання повинні краще інформувати про себе, більш професійно готувати власні соціальні проекти, чітко і прозоро вести фінансові справи.

ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА ТЕХНОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Автор: студентка групи ПУА-227-м Імомьорова М. С.
Керівник: доктор економічних наук, професор Мазурок П.П.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Необхідність розвитку інноваційних процесів зумовлена потребою більш швидкого подолання відставання України від провідних держав в техніко-технологічній сфері. Розвиток саме цієї сфери багато в чому закладає успішність економічних зрушень загалом. Таким чином пошук підходів щодо розвитку інновацій в технологічній сфері, тобто зміцнення технологічної безпеки, є одним з визначальних чинників економічного прориву України.

Технологічна безпека передбачає забезпечення стійкості науково- технічного розвитку матеріальної бази економіки на основі високих наукоємних технологій, що забезпечують конкурентоспроможність товарів і послуг національних виробників і стійкість їх розвитку при ускладненнях, які виникають у зв'язку з несприятливими тенденціями або конкретними подіями у світовій економіці й державі. Найважливішим змістом технологічної безпеки є гарантування науково-технічної та технологічної незалежності України від зовнішніх загроз, недопущення або обмеження проникнення на територію держави морально застарілих технологій, що наносять шкоду економіці, екології й здоров'ю людини. Характерними рисами технологічної безпеки є:

1. Забезпечення державою. Технологічна безпека має забезпечуватись державою двома основними шляхами. По-перше, необхідним вбачається створення правової регламентації, що регулювала б окремі положення забезпечення технологічної безпеки, закріплювала б функції і повноваження як держави, так і окремих її органів по забезпеченню такої безпеки, стимулювала б вітчизняний інноваційний сектор створювати, а виробників - застосовувати нові технології, тощо. По-друге, важливим є створення нових і забезпечення діяльності існуючих державних органів, що мають забезпечувати технологічну безпеку. При цьому слід наголосити, що забезпечення технологічної безпеки здійснюється не тільки державою, а й в значній мірі приватним сектором.

2. Інноваційність. Важливим аспектом є забезпечення інноваційного розвитку вітчизняних виробників шляхом надання новітніх технологій. Ключовий інтерес полягає в стимулюванні створення і використання технологій, що відповідають п'ятому та шостому технологічним укладам.

3. Конкурентоспроможність. Важливою функцією технологічної безпеки є забезпечення конкурентоспроможності вітчизняного виробника на українському і світовому ринках. Це має здійснюватись завдяки стимулюванню створення нових технологій, їх купівлею чи іншими видами залучення з-за кордону; надання вітчизняним виробникам стимулів впроваджувати інноваційні технології; забезпечувати на рівні держави охорону вітчизняних технологічних здобутків з метою протидії їх неправовому використанню закордонними виробниками.

4. Забезпечення технологічного суверенітету. Держава не може залежати у своєму технологічному розвитку від інших країн чи окремих корпорацій. Саме тому важливим завданням держави має бути стимулювання розвитку розгалуженої системи науково-дослідних установ, підтримка вітчизняних і зарубіжних корпорацій, що створюють технології, права на які в подальшому будуть належати вітчизняним суб'єктам. При цьому, враховуючи державний суверенітет як система складається з певних складових (суверенних прав) (до таких складових пропонується віднести технологічний суверенітет), то характерною рисою технологічної безпеки можна назвати і забезпечення державного суверенітету в цілому.

5. Соціальність. Забезпечення технологічної безпеки має на меті в першу чергу підвищення рівня життя населення шляхом створення більш доступних і якісних товарів і послуг.

6. Екологічність. Одним з найважливіших завдань забезпечення технологічної безпеки є покращення стану навколишнього природного середовища шляхом впровадження новітніх технологій, що зменшують шкідливий вплив на екологію.

7. Програмність. Необхідною умовою є забезпечення всебічного і довгострокового планування забезпечення технологічної безпеки як у державі, так і у окремих регіонах.

8. Інновації є визначальним інструментом забезпечення технологічної безпеки, однак ефективне їх застосування передбачає вироблення якісної системи їх поширення.

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТОВОЮ ПОЛІТИКОЮ МІЖНАРОДНОЇ КОМПАНІЇ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Автор: студентка групи МО-113м Калінічева А.Р.
anastasia.kalinicheva1607@gmail.com
Керівник: к.е.н., доцент Цвілий С.М.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Киящка 16-б

За умов зростання рівня глобалізації бізнесу, а також з розвитком ринкових реформ та посиленням конкуренції між суб'єктами туристичної галузі виникає проблема забезпечення їх конкурентоспроможності, що є головною передумовою підтримання стійких позицій підприємств на внутрішньому та міжнародному ринках. Актуальність проблеми підсилюється в умовах інтеграції України у світовий економічний простір, виходу на міжнародний ринок і розширення таким чином кола потенційних конкурентів.

Концепція управління туристичної компанії представляє собою систему ідей, принципів, уявлень, що зумовлюють мету функціонування організації, механізми взаємодії суб'єкта, об'єкта управління, характер відносин між окремими ланками внутрішньої структури. Стратегії продуктової політики виступають як інструменти досягнення цілей, для успішної реалізації обраного стратегічного набору в межах обраної концепції управління. Питання розробки продуктової політики туристичними фірмами набули важливого практичного значення, але залишаються малодосліджені сектори знань.

Дослідженню проблем удосконалення продуктової політики туристичних підприємств присвячені праці таких науковців, як: Б. Анікін, В. Біляєвський, А. Гаджинський, А. Кальченко, В. Кардаш, С. Ілляшенко, Н. Куденко, Л. Міротін, А. Тряпухін, Ю. Морозов, В. Наумов, Ю. Нєруш, С. Уварова. Однак, при дослідженні туристичного бізнесу питання розробки та реалізації продуктової політики підприємствами галузі потребують постійних додаткових досліджень, розгляду проблеми як абстраговано так і комплексно.

Ра умови активного впровадження маркетингових технологій у господарську діяльність значну увагу слід приділяти дослідженню факторів маркетингового середовища. Врахування специфіки туристичного бізнесу дозволило запропонувати для аналізу середовища функціонування туристичного підприємства модель, яка складається із 2-х блоків: діагностика макромаркетингового (PESTR – аналіз) та діагностика мікромаркетингового середовища функціонування туристичного підприємства.

Продуктова політика компанії повинна передбачати рішення принципових задач, пов'язаних з: 1) оптимізацією структури пропонованих продуктів взагалі, у тому числі і з погляду їх приналежності до різних стадій життєвого циклу; 2) розробкою і упровадженням на ринок продуктів-новинок.

Для сучасної компанії перспективними є такі маркетингові цілі: 1) завоювати достатню частку загальноукраїнського ринку рекреаційного туризму; 2) намагатися зниження собівартості надання туристичних послуг за рахунок використання у своїй діяльності сучасних напрацювань в галузі менеджменту та стратегічного маркетингу; 3) дотримуватись мотиваційної політики при роботі з персоналом підприємства; 4) залучати висококваліфікований персонал на підприємство.

Формування системи управління продуктовою політикою туристичної фірми доцільно здійснювати за такими напрямами: 1) вивчення ринку, торговельної кон'юнктури, прогнозування попиту на послуги; 2) вивчення та пошук джерел реалізації туристичних послуг; 3) використання власних можливостей й створення додаткових джерел для поновлення товарних ресурсів; 4) проведення політики тактичного ціноутворення, яке залежить від попиту та пропозиції товарів; 5) проведення рекламних заходів; 6) застосування прогресивних форм реалізації послуг; 7) сервісне обслуговування споживачів; 7) використання кредитних ресурсів для розширення комерційної діяльності.

ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАВ І СВОБОД ЛЮДИНИ В УКРАЇНІ

Автор: студентка групи ПУА-117-м Кас'ян Т. В.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Волошина К.А.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Основні права і свободи людини є найважливішим орієнтиром і стратегічним курсом у діяльності України. Дослідження питань вдосконалення організаційно-правового механізму забезпечення захисту прав людини в Україні є необхідною передумовою для ефективного розвитку інституту захисту з питань прав людини в нашій країні.

Механізм забезпечення прав людини, який є одним з основних важелів адміністративного забезпечення захисту прав людини в Україні, включає набутий досвід, повноваження та діяльність усіх структур системи забезпечення захисту прав людини в Україні.

До основних складових механізму забезпечення прав людини треба віднести реалізацію та виконання прав людини, моніторинг виконання прав людини, охорону прав людини, захист прав людини. Одним із перших завдань державної політики в цій сфері є приведення національного законодавства щодо діяльності інститутів громадянського суспільства у відповідність з європейськими стандартами.

Верховна Рада України – єдиний орган законодавчої влади України, який наділений безпосереднім впливом на визначення обсягу прав та свобод людини. Одним із основних механізмів реалізації прав людини з боку парламентарів є звернення до Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини, який здійснює функцію парламентського контролю за додержанням в Україні прав і свобод людини і громадянина, тобто фактично на Уповноваженого покладається обов'язок здійснення правової експертизи законодавства в цій сфері. Необхідно передбачити представництва уповноваженого з прав людини в областях та містах для здійснення моніторингової роботи гарантування прав громадян.

Державний нагляд за додержанням прав людини відбувається на всіх рівнях державної влади. Організаційно-правовий механізм треба розглядати як систему забезпечення захисту прав людини в Україні, яка повинна мати ознаки прозорості, ясності та легкості в застосуванні, що дозволить значно підвищити стан рівня захисту прав людини в нашій країні.

УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМИ ЗМІНАМИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студентка групи МО-217м Кисельова А.І.
alina_kiss@gmail.com
Керівник: к.мист., доцент Паламарчук С.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Зміни в економіці реалізуються через модифікацію існуючого на даний час стану, тобто через виробничі, організаційні, фінансові, ринкові, технологічні, соціальні, політичні зміни та відносини, що впливають на ті, чи інші показники ефективності діяльності конкретного суб'єкта економіки (підприємства, фірми). Зміни можуть викликатись діями як з боку зовнішнього середовища, так і процесами у внутрішньому середовищі підприємства. У всіх випадках, для збереження дієздатності підприємства, забезпечення ефективності його діяльності одними з перших змін будуть зміни в організації управління, зміни в структурі економічних процесів, відносин та зміни в способах і методах організації регулювання цих процесів і відносин. Такі зміни називають організаційними.

Оскільки в сучасній динамічній економіці, організаційні зміни надзвичайно дієві, то їх проведення потребує досить активних, швидких і складних дій, а оскільки в економічній науці вони найменш досліджені, то головний акцент в даній науковій праці зроблено якраз на ці питання. Сфера і вигляд всіх змін визначаються в основному середовищем, в якому відбуваються економічні процеси і їх можна класифікувати за відповідними ознаками. Сучасним організаційним змінам в економіці сприяють нові економічні та господарські моделі, методики, виробничі технології та відносини.

Проблемами управління динаміч¬ними економічними процесами, адаптації складних еконо¬мічних, соці¬альних і технологічних систем, менеджменту займа¬лися вчені в Україні, Польщі, Росії, США, серед них: Т. Авдулова, Т. Амблер, М. Вудкок, Л.Гребиньяк, В. Данилин, К. Девіс, В. Жигалов, О. Ксенофонтова, А. Ліберман, Ф. Лютенс, Дж. Ньюстром, Т. Питерс, Р. Уоттермен, Л. Шимановська, Д. Френсіс та інші.

Проведення організаційних змін слугує серйозним механізмом підтримки й розвитку системи управління підприємством. Управління змінами є структурним підходом до переводу індивідумів, команд з поточного стану в бажаний майбутній стан. Метою цього організаційного процесу є розширення прав і можливостей співробітників прийняти й підтримати зміни в їхньому поточному бізнес-оточенні.

Доведено, що управління змінами повинно розглядається як процес управління проектом, у якому формально представлені й схвалені зміни проекту, що торкається наступних сфер діяльності: зміна стратегії, зміна технологій, зміни структури, зміна відносин й поведінки персоналу. Управління змінами вимагає, як креативного маркетингу для забезпечення комунікації змін, так і глибокого розуміння стилів лідерства й групової динаміки. У рамках проектів по трансформації організації управління змінами синхронізує очікування різних груп, організує комунікації, інтегрує команди й управляє навчанням і підготовкою людей.

Визначено, що управління змінами оперує такими показниками, як лідерство, ефективність комунікацій і прийняття потреби в змінах для розробки точних стратегій переходу, для того щоб, уникнути невдач у процесі змін або вирішення проблемних ситуацій при проведенні змін. Ефективний план управління змінами повинен ураховувати всі перерахований вище аспекти змін. Це може бути досягнуто такими способами: 1) використання ефективних комунікаційних стратегій; 2) розробка ефективної схеми для проведення перетворення організації; 3) при необхідності проведення особистого консультування співробітників з метою зниження тривог, пов'язаних із проведенням змін.

КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА ГЛОБАЛЬНОЇ КОМПАНІЇ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМОК ЇЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ

Автор: студент групи МК-113м Кіктенко М.В.
nikita.kiktenko@gmail.com
Керівник: к.е.н., доцент Венгерова О.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Світова ринкова економіка, яка базується на жорстокій конкурентній боротьбі вимагає від сучасних підприємств все більше зусиль для створення міцних конкурентних позицій. Динаміка конкурентної боротьби в усіх галузях залишається незмінною, а саме: конкуренція примушує компанії безупинно знаходити шляхи протидії конкурентним силам для того щоб утримати та посилити власні позиції на ринку. Саме тому зарубіжні виробники активно використовують концепцію формування комунікацій торгових марок, тим самим прагнуть створити стійкі конкурентні переваги своїх товарів у свідомості споживачів.

Вагомий внесок у розробку питань глобалістики, організації маркетингової діяльності на глобальному ринку і розвитку маркетингу на ньому зробили вітчизняні вчені: В. Андрійчук, П. Гайдуцький, І. Гладій, М. Дем'яненко, О. Єранкін, А. Кандиба, С. Кваша, І. Кобута, В. Козюк, О. Кристальний, Д. Лук'яненко, М. Малік, Ю. Пахомов, В. Саблук, П. Саблук, Є. Савельєв, О. Сохацька, А. Філіпенко, О. Шпичак та інші. В їх роботах висвітлено підходи до втілення окремих засобів маркетингових комунікацій але питання аналізу інструментів комунікаційної політики залишається відкритим і потребує подальшого дослідження в системі менеджменту організації.

Для успішної діяльності на ринку підприємству необхідно мати ефективну стратегію функціонування з урахуванням елементів маркетингу при здійсненні управління організацією. Маркетингова комунікаційна політика є важливою частиною системи управління підприємством.

Комунікаційна політика глобальної компанії має розглядатись як сукупність дій, які спрямовані на охоплення всіх асоціацій споживача, пов'язаних з продуктом або маркою, а саме: всі думки, почуття, уявлення, колір, звук, запах. Підвищення очікувань споживачів приводить до розвитку інтегрованих маркетингових комунікацій підприємств, зокрема внаслідок збільшення інтерактивності цих комунікацій. Це сприятиме покращенню споживчого сприйняття пропонованих потоків товарів та послуг у глобальному інформаційному просторі.

Глобальні компанії в сфері програмного забезпечення, комунікацій мають велике значення у світовому узгодженні інформаційних потоків. Важливо розширювати технологічні платформи та впроваджувати нові підходи до організації комплексу маркетингових комунікацій, що підвищуватиме економічну ефективність високотехнологічних підприємств. Схема інтернет-маркетингових комунікацій підприємств, побудована на засадах соціально-ринкової взаємодії, функціонує завдяки поетапній організації інформаційно-управлінських зв'язків. Це сприяє окресленню контурів маркетингової взаємодії підприємств у системі ринкових інформаційних потоків, при дотриманні основних принципів соціально відповідального маркетингу. При цьому прискорюється переміщення інформаційних потоків, посилюється їх діалогова спрямованість до споживачів. Перспективи подальших досліджень у даному напрямку вбачаються в системному поширенні он-лайнових інтеграційних і взаємодіючих зі споживачами маркетингових інструментів у процеси ринкових і соціальних зв'язків високотехнологічних підприємств.

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ

Автор: студент групи МО-113м Климченко В.В.
vitalii.klim1106@gmail.com
Керівник: к.е.н., доцент Цвілий С.М.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Сучасний період розвитку економіки України характеризується низьким рівнем громадського виробництва, товарною вузькістю споживчого ринку, високим рівнем інфляції і зниженням життєвого рівня населення. Низькі темпи зростання, брак оборотних коштів, майже повна відсутність інвестицій, жорстка податкова політика держави у виробничій сфері не дозволяє здійснити випуск високоякісної і конкурентної продукції, наситити споживчий ринок і забезпечити умови для самофінансування і розвитку фірм.

Особлива роль в цих умовах відводиться галузі громадського харчування, що не вимагає високої фондомісткості, величезних капіталовкладень і що має відносно високу оборотність активів. Громадське харчування є однією з найбільших галузей економіки будь-якої країни як за об'ємом діяльності так і за чисельністю зайнятого персоналу, а підприємства цієї галузі є найбільш масовими в підприємницькому середовищі держави. Методологія маркетингу послуг вимагає, щоб всі служби закладу разом, як одна команда, працювали на досягнення єдиної мети, тобто на краще обслуговування клієнтів ресторану.

Економічним проблемам розвитку підприємств ресторанного бізнесу присвятили наукові розробки Б.А. Анікін, А.П. Тряпухін, В.І. Біляєвський, А.М. Гаджинський, А.Г. Кальченко. Питання підвищення конкурентоспроможності закладів громадського харчування отримали висвітлення у працях вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як: В.Я. Кардаш, С.М. Ілляшенко, Н.В. Куденко, Л.Б Міротін, Ю.В. Морозов, В.Н. Наумов, Ю.М. Нєруш, С.А. Уварова. Однак, при дослідженні рівня конкурентоспроможності організацій ресторанного сектора економіки, слід підкреслити, що проблеми розглядаються не комплексно.

Взагалі, формування системи маркетингового управління конкурентоспроможністю ресторанного комплексу припускає виділення підсистем управління: керуючої, керованої та підсистеми забезпечення. Головною метою цієї системи є формування конкурентоспроможності продукції на виході, а ця мета буде досягнута при цілеспрямованому забезпеченні конкурентоспроможності підприємства, як на вході системи, так і під час перетворень.

Прогноз розвитку ринку ресторанних послуг дозволяє зробити висновок, що споживачі будуть здійснювати вплив на конкурентоспроможність підприємств за наступними напрямами: 1) розширення номенклатури продукції або диверсифікація послуг; 2) підвищення якості рівня продукції (страв); 3) розробка гнучкої цінової політики відповідно до індивідуальних запитів споживача; 4) задоволення споживчого попиту впродовж всього процесу взаємодії; 5) підвищення рівня позаресторанного обслуговування покупців; 6) розробка системи інформаційної підтримки і консалтингу; 7) адаптація існуючих страв залежно від умов і попиту споживача.

Особливу увагу слід приділяти мотивації працівників ресторану. Для того, щоб прийшовши працівник дістав можливість розкрити свій потенціал і належним чином виконував функції, його необхідно мотивувати. Мотивація персоналу є одним з найскладніших завдань менеджерів. Ефективність роботи працівників підвищується в тих випадках, коли вони упевнені в тому, що: 1) встановлені менеджерами цілі цілком досяжні, але для цього необхідні певні зусилля; 2) вирішення поставлених завдань буде відповідним чином винагороджено керівництвом підприємства. Отже, цілеспрямована робота по управлінню персоналом повинна забезпечити високу якість процесу обслуговування в ресторані.

ДЕЯКІ ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Автор: студентка групи МО-227-м Конобас А. С.
Керівник: кандидат юридичних наук, доцент Косяк О.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Нестабільність та кризовий стан економіки негативно впливає на всі сфери суспільного та економічного життя країни. В даний час проблема банкрутств, які відбуваються в останні роки все частіше та частіше, є актуальною, тому що від ліквідації великого числа підприємств потерпають люди, які втратили робочі місця, терпить збитки бюджет, куди не надходять податки, і економіка України в цілому. У результаті різкого загострення проблем неплатежів, боргів, неспроможності підприємств, хронічної збитковості їхньої виробничо-торговельної діяльності в умовах ринку закріпився термін «антикризове управління». В останні роки він швидкими темпами ввійшов у науковий і практичний оборот. Нині в умовах глобалізації економіки зростає необхідність здійснення спеціалізованого антикризового управління, яке спрямоване на передбачення небезпеки кризи, аналізу її симптомів і усунення загроз прояву, а у разі їх виникнення - прийняття швидких заходів ліквідаційного характеру з найменшими втратами та негативними наслідками.

Основна роль у системі антикризового управління підприємством відводиться широкому використанню внутрішніх механізмів фінансової стабілізації. Їх використання має місце тоді, коли на підприємстві спостерігаються ознаки поточної, критичної і надкритичної неплатоспроможності, його охоплює фінансова криза. Дослідження життєвого циклу підприємства дало змогу виявити виникнення кризи на кожному його етапі. Таким чином, виявлена необхідність застосування антикризової програми не тільки в період спаду виробництва та прибутків, а раніше, під час виведення товару на ринок, нарощування обсягів збуту та ін. Запропонована у роботі антикризова програма дозволяє уникнути глибокої кризи, ліквідувати її у першій фазі.

Аналіз факторів виникнення кризової ситуації показує, що більшість внутрішніх факторів є наслідком впливу внутрішніх і зовнішніх факторів, які не можна розглядати ізольовано один від одного. В результаті, явною стає необхідність мінімізувати вплив зовнішніх факторів кризи.

У дослідженні, об’єктом якого виступав провідний виробник верхнього одягу Придніпров’я ТОВ «Пан та Пані» була розроблена система передкризової підготовки та раннього реагування на перші ознаки кризи заснована на використанні фінансових показників, граничні значення яких адаптовані до вітчизняних умов та галузевих особливостей. Це дозволяє підприємствам забезпечити своєчасну реакцію на наслідки негативних тенденцій та запобігти виникненню глибокої системної кризи та банкрутства. Запропоновані заходи профілактичної роботи, тобто передкризової підготовки підприємства, є найбільш легко здійсненими, а в результаті показники фінансового стану підприємств прийдуть у відповідність з нормативними обмеженнями, що дозволить залучити більше інвесторів, розширити виробництво, отримати додатковий прибуток.

По-перше, для підвищення рівня ефективності діяльності ТОВ «Пан та пані» рекомендується збільшити чистий прибуток підприємства. Для збільшення загальної вартості доходів доцільним буде збільшити обсяг виробництва продукції, для зменшення суми витрат доцільним буде зменшення адміністративних витрат, збільшення яких в 2015р. було не обгрунтованим. За умови збільшення чистого доходу на 15%, собівартості реалізованої продукції на 10%, завдяки зменшенню адміністративних витрат на 20% і за умови незмінності інших фінансових показників чистий прибуток зросте до 3456,25 тис. грн., що значно підвищить рентабельність, фінансову стійкість та платоспроможність підприємства.

По-друге, підприємству доцільно використовувати організаційні заходи підвищення ефективності антикризового управління, а саме створення посади антикризового менеджера, що забезпечить підприємству ефективне функціонування та знизить загрозу настання банкрутства. Тому що, витрати пов’язанні із зарплатнею менеджера будуть значно меншими, аніж втрати, які понесе підприємство у разі настання банкрутства.

По-третє, для оптимізації антикризового управління була обрана стратегія диверсифікації. Було застосовано алгоритм оптимізації за вказаним критерієм. За його допомогою визначено, що для ТОВ «Пан та пані» оптимальною є стратегія виробничої диверсифікації. Для підприємства ефективним заходом щодо збільшення прибутку стане розширення жіночого асортименту.

Запропоновані заходи дозволяють ТОВ «Пан та пані» отримати прибуток та здійснювати ефективну фінансово-господарську діяльність.

МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОПТОВО-РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЕЛЬНОЇ КОМПАНІЇ

Автор: студент групи МК-113м Корж Р.Т.
korzhzhzhz@fm.ua
Керівник: к.е.н., доцент Цвілий С.М.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

В сучасних умовах трансформаційної економіки України підвищення ефективності діяльності підприємств вимагає якнайшвидшого оволодіння ринковими методами господарювання. Дослідження проблем функціонування і формування механізму застосування маркетингу у системі управління діяльністю компанії постало в центрі уваги науковців. Це зумовлено тим, що маркетинг впливає на економічний розвиток відповідного підприємства та визначає напрямки його економічного зростання, у цілому

Методична база маркетингу в системі управління діяльністю підприємства базується на загальних концепціях маркетингу. Окремі аспекти маркетингової діяльності були досліджені такими провідними вітчизняними та зарубіжними діячами, як: Г.Л. Багієв, Л.В. Балабанова, Дж. Бернет, Дж. Еванс, А.В. Войчак, Є.Н. Голубкова, Ф. Котлер, М. Мескон, О.О. Примак, М.Є. Портер, О.М. Скібіцький, В.В. Стадник, А.О. Старостіна, В.С. Соловйов, А.А. Томпсон, Б.Є. Тофлер, Ф.У. Хміль та інші.

Маркетингова діяльність підприємства повинна забезпечити надійну, достовірну й своєчасну інформацію про ринок, структуру й динаміку конкретного попиту, смаках і перевагах покупців, тобто інформацію про зовнішні умови функціонування фірми; створення такого асортименту товарів (асортиментів) та цінової політики щодо них, що більш повно задовольняє вимогам ринку; необхідний вплив на споживача, на попит, на ринок, що забезпечує максимально можливий контроль сфери реалізації.

В оптово-роздрібній торгівельній компанії гостро постає питання реорганізації всієї системи маркетингової служби. Організація маркетингу на підприємстві передбачає формування структурного підрозділу у маркетингово-збутове управління з функціональним поділом на відділи за всіма видами маркетингової діяльності. В процесі впровадження даної пропозиції, знадобиться переглядати функції окремих підрозділів чи вводити додаткові групи в структуру управління. Незважаючи на те, що підприємства поступово виходять з кризи, цей процес потребує прискорення. Основним засобом виживання фірми у таких умовах виступає маркетинговий інструментарій, який повен ґрунтуватись на своєчасній розробці та реалізації адекватних маркетингових заходів.

Розробка маркетингових заходів в процесі господарської діяльності повинна опиратись на: вибір маркетингових показників діяльності підприємства і граничні їх значення; розробку методики формування інтегрального маркетингового показника, спрямованого на виявлення рівня кризового стану фірми; обґрунтування особливості розрахунку цього показника для підприємства. Доцільними будуть методичні рекомендації щодо формування й реалізації послідовності впровадження маркетингових заходів, інструментів антикризового управління, що дозволить сформувати напрямки проведення ефективних маркетингових антикризових програм відповідно до стратегії подолання кризового стану.

Обираючи організаційну структуру маркетингу, торгівельній слід доцільно дотримуватись основних принципів: наявності чітко сформульованих цілей і завдань підприємства; забезпечення оперативного обміну інформацією між службами маркетингу; відсутності подвійного підпорядкування; обмеженням кількості персоналу та ланок управління; чітким визначенням й координацією завдань лінійного керівництва і функціональних служб. Дотримання цих принципів дасть змогу вибрати найприйнятнішу організаційну структуру управління маркетингом і забезпечити ефективність її подальшої роботи.

ОСОБЛИВОСТІ АДМІНІСТРУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ УСТАНОВИ

Автор: студентка групи ПУА-117-м Корольова М. О.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Волошина К.А.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Державні установи – це юридичні особи, фінансово-господарська діяльність яких здійснюється на основі кошторису доходів і видатків та надходжень від проведення господарських і фінансових операцій, необхідних для виконання завдань, передбачених їх установчими документами.

Державна установа у процесі власної життєдіяльності під впливом змін ціннісних орієнтацій людей (працівників, споживачів послуг і суспільства), удосконалення організаційної структури управління ними, спричиненого впровадженням інновацій, умовами динамічного зовнішнього середовища, змушені шукати нові види управління, одним із яких є адміністративний менеджмент.

Під адміністративним менеджментом у системі менеджменту державної установи будемо розуміти функціональний підвид менеджменту, який має специфічні ознаки управлінської діяльності, відмінні від інших видів управління всередині трудового колективу цих органів, що двовекторно направлений на вирішення зовнішніх організаційних завдань і на забезпечення ефективності роботи органів державної влади в умовах динамічного зовнішнього середовища.

Розрізняють два основних напрями адміністративного менеджменту в системі менеджменту державних установ: розробка раціональної системи управління органом державної влади; побудова його організаційної структури. Ці напрями визначають особливості адміністративного менеджменту: переважне застосування органами державної влади лінійно-функціональної структури управління; використання формалізованих способів прийняття управлінських рішень; чітке розмежування повноважень; поділ влади.

Суб'єктом адміністративного менеджменту в системі менеджменту державної установи є посадова особа, яка має повноваження, які дають їй змогу забезпечувати досягнення організаційних цілей.

Об'єктами адміністративного менеджменту в системі менеджменту державної установи є:

- організаційні відносини (субординації, розмежування повноважень та ін.);
- організаційні взаємозв'язки (інформаційно-комунікаційні, між рівнями ієрархії, лінійності, функціональності і т.ін.);
- функції державної установи;
- процедури (затвердження документів, контролю виконання рішень та ін.);
- норми (керованості, підпорядкованості і т.д.);
- документи (положення, договори, регламенти, правила, інструкції, рекомендації, висновки тощо);
- організаційна структура.

Адміністративний менеджмент дає змогу державній установі:

- досягти організаційних цілей і вирішити зовнішні організаційні завдання, у тому числі стратегічного характеру;
- забезпечити раціональну організацію праці та трудових відносин у ньому;
- створити умови для ефективної роботи органу державної влади і його персоналу в умовах динамічного зовнішнього середовища. Необхідність удосконалення реалізації адміністративного менеджменту в системі органів державної влади зумовлює потребу:
- врахування сучасних тенденцій політизації адміністративного управління на різних рівнях та їх нівелювання;
- розгляду адміністративного менеджменту як сучасного виду управління, який опирається на ефективні технології такого менеджменту і способи та прийоми подолання бюрократичної інертності, її опору нововведенням;
- переорієнтації адміністрування діяльності органів державної влади із реалізації управлінських процесів (дотримання процедур, встановлених норм і правил та ін.) на досягнення ними якісних кінцевих результатів (якісні послуги, соціально відповідальна діяльність та ін.);
- забезпечення економічної, соціальної і екологічної безпеки державній установі;
- дотримання органами державної влади низки вимог, які випливають із їх соціальної сутності.

Це означає, що, по-перше, органи державної влади працюють із різними соціальними групами і, по-друге, для досягнення органами державної влади цілей формуються трудові колективи, які є складними соціальними утвореннями. Тому в процесі реалізації адміністративного менеджменту в системі державних установ завдання соціального характеру слід розглядати як пріоритетні і виділяти в самостійний блок.

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студентка групи МО-113м Мартиновська К.П.
martynovskayaka@gmail.com
Керівник: к.е.н., доцент Венгерова О.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

В умовах перманентної мінливості зовнішнього середовища, що зумовлено посиленням світової глобалізації, науково-технічного прогресу, конкуренції, фінансово-економічної кризи тощо, підприємства прагнуть забезпечити сталий розвиток своєї діяльності в довгостроковій перспективі. Одним із найбільш ефективних інструментів вирішення цього завдання доцільно вважати диверсифікацію. Завдяки її впровадженню суб'єкти господарювання мають змогу адаптуватись до відповідного середовища їх функціонування, посилити конкурентну позицію на ринкових сегментах, максимально та ефективно використовувати можливості розвитку.

Проблеми формування стратегії диверсифікації досліджувалась такими провідними вченими, як: І. Ансоффа, Л. Бахчиванжи, Н. Белякової, А. Гур'янова, І. Давидової, В. Дерези, П. Друкера, О. Зоренка, А. Ковальова, Ф. Котлера, О. Мельник, Н. Подольчака, Р. Румельта, А. Томпсона-мл, Р. Фещура, Н. Чухрай та інші. Незважаючи на вагомий внесок зарубіжних та вітчизняних науковців у дослідження проблем диверсифікації на підприємствах, існує низка питань дискусійного характеру.

Інноваційна складова є важливим елементом диверсифікованого розвитку. Завдяки інноваціям можна контролювати якість продукції, забезпечувати якість кожної операції, гнучкість виробничого процесу, високий рівень організації. Взагалі стратегію необхідно розробити як інноваційну бізнес-модель з метою забезпечення конкурентоспроможності та прибутковості усіх видів діяльності підприємства на довгострокову перспективу. Для диверсифікованих підприємств використовують корпоративні, функціональні, операційні, бізнес-стратегії.

Мета стратегії диверсифікації повинна бути комплементарною до мети інноваційного розвитку підприємства і полягати у досягненні максимального прибутку (чистого доходу) за обмежених витрат на диверсифікацію виробництва (за допустимого рівня ризику). Стратегія диверсифікації підприємства охоплює два напрями диверсифікації виробництва – запровадження нових видів виробництва (освоєння нової продукції та технології) і розвитку існуючих видів виробництва (розширення асортименту продукції, впровадження нових технологій, техніки і матеріалів).

Бізнес-напрями, виробничі потужності, види продукції диверсифікованих підприємств можуть належати до єдиного ринку або технології. Результативність диверсифікації, що спрямована на єдиний ринок, можна досягнути за умови відповідності кожного напряму діяльності підприємства його загально-визначеній стратегії, структурі, місії. Однак, кожний бізнес-напрям повинен мати чітко визначені плани розвитку, стратегії, цілі. Успіх диверсифікації, що базується на єдиній технології, є можливим при дотриманні таких положень: конкретність (знання, навики), особливість (отримана продукція має бути конкурентною, відрізнятись особливими ознаками), центральність (важливе місце у виробництві нового товару) технології, а також орієнтування на загальну стратегію підприємства. Коректне поєднання бізнес-напрямів відіграє важливу роль для конкурентної переваги підприємства. Тобто, при виборі напрямів діяльності необхідно звертати увагу на їх сумісність, взаєморозвиток, оптимізація зусиль.

ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ПОЛІТИКОЮ КОМУНІКАЦІЙ ВИРОБНИЧОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Автор: студент групи МО-113м Матюха С.А.
matiuha.stas@yandex.ru
Керівник: к.е.н., доцент Цвілий С.М.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Киящка 16-б

Вітчизняні організації зрозуміли необхідність використання спрямованого маркетингового підходу при здійсненні діяльності на ринку. Одночасно з цим зросла роль маркетингових комунікацій. Перехід до сучасних методів управління передбачає орієнтацію на споживача, тому і маркетингова діяльність повинна бути спрямована на цільову аудиторію підприємства. Одним із інструментів, який сприяє цьому, є ефективна побудова процесів управління маркетинговими комунікаціями. Маркетингові комунікації створюють необхідні умови для господарчої діяльності підприємства, тому питання про підвищення управління маркетинговими комунікаціями є досить актуальною темою для вітчизняних підприємств. Управління маркетинговими комунікаціями включає в себе функції менеджменту та маркетингу.

Маркетингові комунікації є тим інструментом в руках підприємства, яке дозволяє встановити контакт зі споживачем продукції та здійснювати ефективне управління відносинами з ним. Управління маркетинговими комунікаціями тісно пов’язане з усіма іншими елементами маркетингової діяльності підприємства та бізнес-процесами, що відбуваються на підприємстві. Виокремити маркетингові комунікації з-поміж інших елементів маркетингу неможливо, оскільки всі вони несуть та передають певну інформацію.

Теоретична та методологічна розробка питань, пов’язаних з удосконаленням маркетингового управління комунікаційною політикою підприємства, міститься в роботах таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як: А.В.Войчак, Л.А.Данченко, Н.В. Бутенко, О.М. Вінник, Ф.Котлер, Е.Н.Голубкова, І. В. Бондаренко, А.И. Ковалев, С.С. Гаркавенко, Т.І.Лук`янець, А. Ф.Павленко, І.О. Соловйов, М.Я. Дем'яненко, Я.Г. Критсотакис, Е.В.Попов, А. В. Осташков, Т. О.Примак, Е. В.Ромат та інші.

Маркетингові комунікації застосовуються як ефективний інструмент маркетингу, що включає практику доведення до споживачів необхідної для підприємства інформації, та розглядаються як процес управління рухом товарів на всіх етапах - у момент виведення товару на ринок, перед реалізацією, під час здійснення акту продажу і по завершенні процесу споживання. Основними інструментами маркетингових комунікацій слугують 1) реклама; 2) стимулювання збуту; 3) персональні продажі; 4) пропаганда; 5) «паблік-рілейшнз». Додатковими засобами маркетингових комунікацій є: 1) виставки та ярмарки; 2) брендинг; 3) спонсоринг; 4) продукт-плейсмент; 5) інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу.

Підвищення ефективності управління маркетинговими комунікаціями передбачає звернення до концепції інтегрованих маркетингових комунікацій, метою використання яких є максимізація ефективності комунікаційних зусиль організації через оптимальну комбінацію комунікаційних інструментів. Маркетингова політика комунікацій обслуговує всі складові маркетингової діяльності: роботу з товаром, цінову політику та канали розподілу даних товарів. Характеристики товару, рівень цін, компетентність і доброзичливість торговельного персоналу, рівень сервісного обслуговування - все це несе потужний інформаційний та емоційний сигнал, який виробник товару передає споживачам за допомогою засобів маркетингової політики комунікацій. Недооцінка важливості маркетингових комунікацій відсутність методологічного апарату їх реалізації призводить до нераціонального використання ресурсів, що витрачаються на комунікації із зовнішнім середовищем і, як наслідок, до неефективного менеджменту.

ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОУПРАВЛІННЯ В СФЕРІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ

Автор: студентка групи ПУА-227-м Мізунська І. А.
Керівник: старший викладач Мустафін В.І.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Державна політика сприяння зайнятості населення реалізується органами місцевого самоврядування та службою зайнятості на засадах соціального партнерства з роботодавцями, підприємцями, представниками бізнесу та професійних спілок.

Метою реалізації є сталий розвиток виробництва, створення сприятливого бізнес-клімату, залучення інвестицій і як результат - наповнення місцевих бюджетів, збереження і створення робочих місць, мінімізація безробіття та соціальна стабільність громад.

У м. Кривий Ріг функціонує один із сучасніших центрів зайнятості, який відповідає європейським стандартам діяльності соціальних служб. Він працює як соціальна сервісна служба з високим рівнем довіри клієнтів, соціальних партнерів та громадськості, забезпечує широку доступність послуг шляхом використання інформаційно-комунікаційних технологій.

З метою забезпечення соціальної стабільності на ринку праці Криворіжжя Департаментом соціальної політики та Криворізьким центром зайнятості успішно розроблено та затверджено рішенням виконкому Криворізької міської ради (від 13.06.2018 №261) Комплексний план заходів з питань зайнятості населення Кривого Рогу на 2018–2023 роки.

Основними напрямками зазначеного плану є сприяння зайнятості населення, професійної підготовки безробітних, залученню їх до участі в громадських роботах. Не залишені поза увагою також і особливі категорії населення: внутрішньо переміщені особи, безробітні з числа військовослужбовців, учасників антитерористичної операції, особи з інвалідністю.

На сьогоднішній день реалізується Порядок використання коштів міського бюджету для надання часткової компенсації відсоткових ставок за кредитами, що надаються на реалізацію проектів зі створення нових робочих місць суб'єктів малого й середнього підприємництва, затверджений рішенням виконкому Криворізької міськради (від 23.05.2017 №253).

З метою подальшого вдосконалення реалізації політики сприяння зайнятості в умовах обмеження владних повноважень та функціональних можливостей органів місцевої влади автором було розроблено план підготовки проекту Програми зайнятості населення м. Кривий Ріг на період до 2022 року, до складу якого увійшли наступні пункти:

1. Створити тимчасову робочу групу по розробці проекту Програми зайнятості населення міста на період до 2022 року

2. Направити структурним підрозділам виконкому Криворізької міської ради, відділу з питань додержання законодавства про працю, застрахованих осіб, зайнятість, працевлаштування інвалідів та з питань дитячої праці у Криворізькому регіоні, Криворізькому міськрайонному центру зайнятості, управлінню статистики у м. Кривому Розі, галузевим профспілкам листа з проханням надати свої пропозиції щодо заходів з реалізації політики зайнятості населення у м. Кривому Розі на період до 2022 року.

3. Опрацювати заходи з реалізації політики зайнятості населення у м. Кривому Розі на період до 2022 року, надані структурними підрозділами виконкому Криворізької міської ради, відділом з питань додержання законодавства про працю, застрахованих осіб, зайнятість, працевлаштування інвалідів та з питань дитячої праці у Криворізькому регіоні, Криворізьким міськрайонним центром зайнятості, управлінням статистики у м. Кривому Розі, галузевим профспілкам.

4. Узагальнити матеріали та розробити проект Програми зайнятості населення міста на період до 2022 року.

5. Провести нараду, на якій обговорити проект Програми зайнятості населення міста на період до 2022 року.

6. Погодити проект Програми зайнятості населення міста на період до 2022 року у департаменті соціального захисту населення Дніпропетровської облдержадміністрації (м. Дніпро).

Усі вказані вище складові програми, які розроблені автором, були затверджені на рівні виконкому Криворізької міської Ради.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА НА СТРАТЕГІЧНИХ ЗАСАДАХ

Автор: студентка групи МО-227-м Міхаревич Н. С.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Волошина К.А.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Важливість вивчення теоретико-методичних засад та розробки прикладних рекомендацій щодо оцінки стану забезпечення економічної безпеки промислових підприємств й розробки її стратегії обумовлена її важливістю за даних умов господарювання.

Промислові підприємства на даний час функціонують в умовах загострення конкурентної боротьби, що викликає небезпеки і загрози. Технічна складність та тривалість виробничого процесу, вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища також збільшує загрозливі прояви

Оцінка рівня економічної безпеки є як відправною точкою при розробці та коригуванні заходів щодо підвищення рівня забезпечення економічної безпеки промислового підприємства, так і показником результативності цих заходів.

Формування системи економічної безпеки будь якого підприємства однозначно повинно ґрунтуватись на результатах її оцінки. Здійснення оцінки економічної безпеки повинно передбачати проведення визначення структури та індикаторів економічної безпеки підприємства. Під індикатори економічної безпеки підприємства треба розуміти показники рівня його економічної безпеки, що мають надати змогу виявити проблемні питання в його діяльності, визначити основні напрямки і найбільш дієві способи підвищення ефективності його роботи.

З метою вирішення даної проблеми необхідно сформувати методичні підходи до оцінки економічної безпеки, які повинні ґрунтуватися на наступних індикаторах: фінансова, техніко-технологічна, інформаційна, екологічна. Це забезпечить комплексний підхід до проведення оцінки.

Рекомендований порядок оцінки економічної безпеки є наступним: аналіз загроз негативних дій щодо рівня забезпечення фінансової, техніко-технологічної, інформаційної та екологічної складової; оцінка ефективності запобігання можливій шкоді від негативних дій визначених складників; планування комплексу заходів забезпечення економічної безпеки. У якості конкретизованих показників для оцінки економічної безпеки доцільно приймати наступні показники: прибутковість. що включає валовий прибуток, чистий фінансовий результат, рентабельність: активів, власного капіталу, продукції; ділова активність, що включає оборотність: активів, запасів, дебіторської та кредиторської заборгованості; фінансова стійкість, що включає коефіцієнти автономії, забезпечення боргів, фінансовий важіль; платоспроможність, що включає коефіцієнти: загальної, термінової, абсолютної ліквідності. Даний підхід забезпечить комплексність здійснення оцінки економічної безпеки.

Інтегральний показник економічної безпеки треба визначати як середнє значення суми визначених індикаторів.

ТРАНСФОРМАЦІЯ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ НА ЗАСАДАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ В УКРАЇНІ

Автор: студентка групи ПУА-227-м Мосенз Т. В.
Керівник: старший викладач Мустафін В.І.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Існуюча в Україні система органів виконавчої влади не задовольняє потреби суспільства. Тому у країні необхідно реалізувати низку реформ політичного та соціально-економічного характеру, зокрема комплексну децентралізацію, спрямовану на підвищення ефективності державного сектору економіки країни та значне покращення якості життя населення, вдосконалення захисту прав та законних інтересів громадян.

Децентралізація виступає однією з форм розвитку демократії, що дозволяє при збереженні держави та її інститутів розширити місцеве самоврядування, активізувати населення на вирішення власних потреб та інтересів, звузити сферу впливу держави на суспільство, замінюючи цей вплив механізмами саморегуляції, виробленими самим суспільством, зменшити витрати держави і платників податків на утримання держапарату і його матеріальних придатків. Існуюча система державного управління в Україні є внутрішньо суперечливою, незавершеною і відірваною від людей. Після декількох спроб її реформування система залишається в цілому неефективною, оскільки поєднує як старі інститути, що залишились у спадок від радянської доби, так і нові інститути, які сформувалися у період незалежності України.

Перед місцевим самоврядуванням постали виклики, які потребують ефективного та швидкого реагування:

1) тенденція до погіршення якості та доступності адміністративних, соціальних та інших послуг через ресурсну неспроможність переважної більшості органів місцевого самоврядування щодо здійснення власних і делегованих повноважень;

2) загрозлива зношеність теплових, каналізаційних, водопостачальних мереж і житлового фонду та небезпека техногенних катастроф в умовах обмеженості фінансових ресурсів місцевого самоврядування для інвестицій в інфраструктуру;

3) складна демографічна ситуація у більшості територіальних громад (старіння населення, знелюднення сільських територій та монофункціональних міст);

4) тенденції до розходження державної регіональної політики, місцевої політики у соціально-економічному розвитку з реальними інтересами територіальних громад через їх соціальну дезінтегрованність, нерозвиненість форм демократії участі, неспроможність жителів до солідарних дій, спрямованих на захист своїх прав і відстоювання інтересів у співпраці з органами місцевої влади та досягнення спільних цілей розвитку громади;

5) зниження кваліфікаційного рівня посадових осіб місцевого самоврядування, зокрема через недостатню конкурентність органів місцевого самоврядування на ринку праці, зниження рівня престижності посад, що призводить до низької ефективності управлінських рішень;

6) корпоратизація органів місцевого самоврядування, закритість і непрозорість їх діяльності, корупція, що призводить до зниження ефективності використання ресурсів, погіршення інвестиційної привабливості територій, зростання соціальної напруженості;

7) тенденція до надмірної централізації повноважень та фінансово- матеріальних ресурсів;

8) відсторонення місцевого самоврядування від вирішення питань у сфері земельних відносин, посилення політичної та соціальної напруги серед сільського населення через порушення принципу повсюдності місцевого самоврядування

З метою підвищення результативності процесів децентралізації влади та розвитку місцевого самоврядування в Україні насамперед необхідно позбутися неефективного спадку попередніх років, зокрема: 1) високої концентрації державної влади з ознаками її узурпації; 2) централізації бюджетних фінансів, їх перерозподіл «вниз» в ручному режимі; 3) великої залежності територій від дій центральної влади та поділу їх на «своїх» та «чужих»; 4) розбалансованості системи місцевого самоврядування; 5) безмежної корупції.

Відзначимо, що в інтересах безпеки країни, збереження унітарності та державного устрою децентралізація не повинна передбачати абсолютного розподілу, повного відокремлення державних структур від самоврядних.

РОЗРОБКА КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПРОГРАМИ В СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ ОРГАНІЗАЦІЇ

Автор: студентка групи МО-113м Пелих К.С.
mega.cat228@ukr.net
Керівник: к.мист., доцент Паламарчук С.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Своєчасність та необхідність впровадження маркетингової концепції управління в діяльності вітчизняних комерційних банків набула актуальності під впливом таких факторів, як загострення конкурентної боротьби; обмеження цінової конкуренції на ринку банківських продуктів, основане на державному регулюванні; інтернаціоналізація економічних процесів, що супроводжується проникненням на ринок банківських продуктів України іноземних банків; розширення сфери діяльності банків, яке викликане розвитком інформаційних технологій і комунікаційних засобів на базі сучасної техніки.

Основними перешкодами в розвитку маркетингових комунікацій переважної кількості банків України є недостатня розробленість комунікаційної політики, невизначеність функцій служб маркетингу; несистемний характер надання клієнтам банківської інформації; епізодичність проведення маркетингових досліджень; відсутність єдиних інформаційних баз даних. На сучасному етапі економічного розвитку головним елементом у комплексі маркетингу для банківських установ стають ефективні маркетингові комунікації та досконало розроблені ефективні комунікаційні програми. Стратегічне значення для життєдіяльності банку має налагодження комунікацій з реальними та потенційними клієнтами, формування комплексу маркетингових комунікацій для просування на ринок банківських продуктів, стимулювання попиту, підтримка лояльності клієнтів, формування позитивного іміджу банку.

Окремі питання зазначеної проблематики розглядалися в наукових працях таких вчених, як У. Бреддик, Р. Джозлін, Ф. Котлер, П. Роуз, Д. Хамфріз, Г. Макарова, В. Севрук, Е. Уткін, В. Усоскін, В. Хруцький. Вагомий внесок у вирішення проблем банківського маркетингу та маркетингових комунікацій зробили такі вітчизняні вчені-економісти, як А.В. Войчак, Т.В. Кальченко, Н.В. Куденко, О. Кириченко, О.В. Майдебура, А.В. Нікітін, О.Ф. Павленко, Т.О. Примак, Л.Ф. Романенко, І.О. Спіцин, Я.О. Спіцин тощо.

При розробці комунікаційної програми банківської установи пропонується дотримуватися такого комунікаційного комплексу: 1) створення сильної марки і відмінного від інших іміджу; 2) орієнтація на сервісне обслуговування клієнтів; 3) прагнення до вертикального зростання за рахунок абсорбції слабких конкурентів; 4) комунікаційна політика тяжіє до імітації дій лідера.

Для підвищення ефективності системи маркетингових комунікацій особливу увагу необхідно приділити: 1) визначенню частки ринку, що обслуговується, і відповідних цільових сегментів; 2) підвищенню поінформованості клієнтів про банківські послуги; 3) вивченню поведінки споживачів, що впливає на ухвалення рішення про придбання банківських послуг; 4) процесу дослідження, вивчення та формування клієнтської бази; 5) вибору оптимальних засобів комунікації для стимулювання збуту банківських послуг; 6) поліпшенню життя клієнтів банку, маркетинг має бути орієнтований на надання споживачам продуктів, сприяючих виникненню відчуття життєвого росту; 7) підвищенню задоволеності клієнтів співпраці з банком; 8) вдосконаленню механізму надання банківських послуг; 9) процесу навчання персоналу, як якісна характеристика підвищення внутрішньої і зовнішній ефективності банківської діяльності; 10) контролю та отриманню досвіду, шляхом дослідження ринкового відгуку на діяльність банку, на їх еволюцію, що відбивається в сукупності показників ефективності.

НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ АНТИКОРУПЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Автор: студентка групи ПУА-227-м Письменна Т. Л.
Керівник: старший викладач Мустафін В.І.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Проблема боротьби з корупцією актуальна для більшості держав і на сьогодні не можна з впевненістю назвати хоча б одну із розвинених країн, де б ця проблема була вирішена повністю.

Антикорупційне законодавство включає спеціальні положення, що визначають ознаки корупційних правопорушень, відповідальність, регулює діяльність державних органів до обов'язків яких входить запобігання та протидія корупції. Успішна антикорупційна діяльність можлива лише за умови існування в Україні належного законодавства.

Задля втілення в життя ефективної заходів антикорупційної політики потрібно окреслити чіткі механізми протидії корупції. Пропонуємо поширене використання суспільно-громадянського механізму, який має на меті забезпечення активної участі громадськості в подоланні корупції; етично-психологічний - зміни в суспільній свідомості, ментальні зміни, коли громадськість стане осуджувати корупцію, а не виправдовувати такі дії; інституційно-управлінський - зменшення корупційних ризиків в органах влади за допомогою удосконалення управління; соціально-економічний має на меті забезпечення постійного, стабільного розвитку економіки та соціальної складової життя в країні; політико-правовий - розкриття суб'єктів корупційних дій та осудження їх протиправної поведінки.

Провівши глибоке дослідження, пропонуємо ряд пропозицій:

1) почати процес подолання корупції з внесення змін до законодавчих актів, прийняти ряд нових нормативно-правових актів, які регламентували б механізми втілення в життя державної антикорупційної стратегії;

2) у кожному державному органі має бути спеціалізована комісія, яка буде здійснювати контроль за діяльністю посадовців, вести реєстр усіх помилок та наслідків до яких вони призвели;

3) спеціалізовані органи, покликані запобігати корупції, мають бути незалежними від жодної політичної сили;

4) залучати громадські організації до діяльності щодо подолання корумпованості;

5) підвищувати загальний рівень свідомості населення, аби люди не виправдовували вирішення довгих бюрократичних процедур через знайомства чи за «хабар»;

6) популяризувати діяльність, спрямовану на підвищення правової свідомості громадян, поширення етичних правил неприйнятності корупції, проведення освітніх програм;

7) включити громадськість до наглядових рад при органах публічної влади, міністерств за втіленням антикорупційних програм, запровадити здійснення попередньої експертизи нормативно-правових актів, які ухвалюватимуть органи публічної влади;

8) створити умови невідворотності покарання для корупціонерів, не залежно від їх політичної сили;

9) здійснювати превентивні та заохочувальні антикорупційні заходи для працівників антикорупційних структур;

10) створити гарячі лінії, приймальні, куди громадяни могли б повідомляти про факти корупції;

11) забезпечити висвітлення в ЗМІ основних підсумків діяльності спеціалізованих державних органів та недержавних організацій, які беруть активну участь у протидії корупції;

12) здійснювати фінансування антикорупційних заходів, що проводяться інститутами громадянського суспільства.

Перше, що необхідно Україні для ефективної реалізації антикорупційної політики – це політична воля, усвідомлення того, що це треба Україні, і що за нас це ніхто не зробить. По-друге, принцип верховенства права повинен бути не просто декларацією, а реально діяти на всіх рівнях здійснення влади. По-третє, тісна співпраця з неурядовими організаціями є запорукою здійснення громадського контролю та формування у громадян свідомого негативного ставлення до корупційних проявів.

ВДОСКОНАЛЕННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студентка групи МО-113м Пінчук В.В.
victoria_v@gmail.com
Керівник: к.с.н., доцент Швець Л.М.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

В сучасних умовах розвитку вітчизняної економіки, коли для кожного підприємства стає життєво необхідним вирішення питання про товар, з яким він виходитиме на ринок, та його конкурентоспроможність, необхідно посилити орієнтацію на підвищення якості маркетингової товарної політики. Виконання цього завдання потребує оптимізації існуючого товарного портфелю на основі розробки маркетингової товарної стратегії, яка б дала змогу оптимально використовувати маркетинговий потенціал товару, адже кризовий стан багатьох суб'єктів господарювання сьогодні є, передусім, наслідком відсутності чіткої та обґрунтованої товарної політики та стратегії.

Питання формування та реалізації маркетингової товарної політики стали об'єктом дослідження багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених. Основи теорії маркетингової товарної політики закладені у роботах І.Ансоффа, Г.Армстронга, Е.Дихтля, Е.Кемпбелла, Ф.Котлера, Ж.-Ж.Ламбена, Р.Морріса, М.Портера, Р.Уотермена, Дж. О'Шонессі. Важливий внесок у теорію і практику досліджуваної проблеми зробили такі вчені, як Г.Багієв, Л. Балабанова, М.Бєлявцев, А.Войчак, Є.Голубков, А.Гриньов, М.Гузь, О.Дейнега, О.Ємельянова, С.Ілляшенко, В.Кардаш, Є.Крикавський, М.Книш, Н.Куденко, М.Лепа, Ю.Лисенко, В.Морохова, М.Окландер, А.Павленко, П.Перерва, Й.Петрович, А.Романов, М.Чумаченко, Н.Чухрай, А.Юданов, А.Яковлєв та ін. Відсутність єдиного підходу до трактування понять „товарна стратегія", „товарна політика" зумовила необхідність їх уточнення на предмет специфічних особливостей та відмінностей.

Товарна стратегія - вид маркетингової стратегії підприємства, що становить довгостроковий план дій з оптимізації сукупного маркетингового потенціалу товару, який би сприяв найбільш успішному функціонуванню підприємства та досягненню стратегічних цілей. Товарні стратегії (інновації, модифікації або варіації та елімінації) визначаються і формуються на перспективу в межах загальнокорпоративної стратегії промислових підприємств.

Дефініція поняття «товарна політика» розглядається як система заходів та засобів, що спрямовані на максимальне використання маркетингового потенціалу товару, який випускається підприємством, шляхом постійного планування, враховуючи зміни потреб у просторі та часі.

Маркетинговий потенціал товару - здатність адаптації товару до просторово-часових змін навколишніх умов. Реалізація викладених положень дозволяє встановити взаємозалежність між маркетинговим потенціалом товару, товарною стратегією та товарною політикою підприємства, і що може бути використано виробниками як стратегічний ресурс.

Маркетингова товарна політика базується на визначенні споживчої цінності товару і є засобом максимально ефективного використання маркетингового потенціалу товару, що вимірюється ступенем досягнення розробленої товарної стратегії. Оцінку маркетингового потенціалу товару необхідно здійснювати шляхом аналізування здатності товару пристосовуватися до кількісно-просторово-часових величин, які характеризують ринкову кон'юнктуру.

Проведене дослідження дозволяє побудувати концепцію формування та реалізації маркетингової товарної політики підприємства. Розроблення та застосування механізму формування та реалізації маркетингової товарної політики підприємства дасть змогу керівникам більш раціонально використовувати наявні ресурси з метою розвитку маркетингового потенціалу товару і підвищення ефективності маркетингового управління ним.

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ В УКРАЇНІ

Автор: студент групи ПУА-227-м Подкін Ю. І.
Керівник: старший викладач Мустафін В.І.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Ефективна система соціального забезпечення, що охоплює все населення України, не тільки призводить до поліпшення їх добробуту, розширює і зміцнює трудові ресурси країни, але й сприяє економічному зростанню та стабілізації політичної та соціальної ситуації в країні. Система соціальної підтримки, надання державних гарантій військовослужбовцям є невід'ємними частинами діяльності кожної держави. Актуальність проблеми соціального забезпечення військовослужбовців характеризується тим, що сучасний етап розвитку війська вимагає якісно нового відношення до проблеми реалізації встановлених законодавством гарантій військовослужбовців, підвищення їх соціального статусу, що реалізується за допомогою соціальної захисту. Проведені організаційні та практичні заходи щодо оптимізації структури та функцій ЗСУ викликали необхідність упорядкування та систематизації інституту соціальної забезпечення військовиків.

В умовах гострого дефіциту бюджетних ресурсів ефективне вирішення в Україні проблеми належного фінансового забезпечення соціально-професійної адаптації колишніх військовослужбовців із застосуванням виключно децентралізовано-ендогенної моделі фінансування у найближчій перспективі є неможливим. Тому вважаємо, що в сучасних вітчизняних реаліях соціально- економічного розвитку та державотворення доцільно застосовувати інтегративну (змішану) модель фінансування, яка базується на принципі соціального партнерства та передбачає участь у фінансуванні програмних заходів соціальної та професійної адаптації звільнених у запас або відставку військовослужбовців усіх секторів економіки: державно-муніципального сектору, бізнес-сектору (комерційного) і недержавного (некомерційного, громадського, добровільного) сектору.

Використання інтегративної (змішаної) моделі фінансування в Україні дасть змогу охопити програмами й заходами соціальної адаптації та професійної перепідготовки значно ширшу аудиторію колишніх військових, що забезпечить для них більш гнучкий перехід до умов цивільного життя та менш болісну трансформацію соціально-професійного статусу після закінчення служби в Збройних силах України.

На законодавчому рівні замість визначення «соціальний захист» доцільно було б ввести термін «соціальні компенсації військовослужбовців Збройних Сил України», (лат. «kompensatio» - винагорода, що відшкодовує громадянинові додаткові матеріальні та інші витрати, які він вимушений зазнавати у зв'язку з виконанням певного характеру обов'язків). Тому назва закону про основні норми соціального забезпечення військовослужбовців може бути сформульована, як «Про державні соціальні компенсації та гарантії військовослужбовцям Збройних Сил України».

Пільги мають надаватися передусім для стимулювання морального чиннику важливості для держави та її громадян обов'язків військової служби, позитивним чином відокремлювати військовослужбовця від так званого «пересічного громадянина». Тому пільги можуть поширюватися на деякі види послуг, матеріальні знижки, як своєрідна подяка держави за їх колишні заслуги, насамперед для колишніх військовослужбовців, які перебувають на пенсії (ветерани, учасники війни, інваліди, ветерани військової служби, учасники бойових дій, військові пенсіонери). Для особового складу Збройних Сил України пільги повинні надаватися у галузі освіти, медичного обслуговування та житлового забезпечення.

У законодавство про соціальні гарантії військовослужбовців мають бути внесені зміни щодо встановлення додаткових морально- психологічних чинників стимуляції особливого характеру військової служби. Це можуть бути певні види державних нагород, запровадження почесних звань, обов'язкового нагородження дійсно цінними подарунками при звільненні з військової служби, інших видів державного заохочення за досягнення особливих успіхів у службовій діяльності. У Збройних Силах України, зокрема у вищих військових навчальних закладах, відсутній комплексний підхід до викладання, пропагування та роз'яснення сутності законодавчого забезпечення питань соціального захисту військовослужбовців. Тому є доцільним започаткувати спеціальний курс викладання соціального забезпечення військовослужбовців, видання спеціальної літератури, укладеної разом з соціальними працівниками, правознавцями, ученими та військовими фахівцями в даній сфері.

ПРОЦЕСНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студентка групи МО-227-м Поліщук Л. С.
Керівник: старший викладач Мустафін В.І.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Здійснювані в Україні перетворення змінюють відношення до персоналу організації, який стає найважливішим стратегічним ресурсом, що багато в чому визначає конкурентоспроможність підприємства. У зв'язку з цим виникає проблема створення нового, організаційно-економічного механізму стратегічного управління персоналом, спрямованого на максимізацію використання знань і здібностей працівників, підвищення їхньої мотивації та продуктивності. Дослідження ролі персоналу у виробництві на основі чотирьох основних концепцій управління персоналом розглядає людину як ресурс і як особистість залежно від тяжіння до економічної або соціальної систем. Сучасний підхід до управління персоналом об'єднує адміністративне управління і концепцію всебічного розвитку особистості.

Під стратегією управління персоналом з позицій процесного підходу слід розуміти комплекс довгострокових методів, форм і технологій управління людським капіталом для досягнення стратегічних цілей підприємства й отримання конкурентних переваг. Її характеризує зв'язок з метою, стратегією, структурами підприємства й організаційними відносинами, узгодженість з місією підприємства. Формування механізму стратегічного управління є складним процесом, в основі якого розробка програмно-цільового стратегічного плану, орієнтованого на реалізацію кадрової політики з позиції підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Реалізація механізму стратегічного управління персоналом з позицій процесного підходу обумовлює необхідність оцінки сильних і слабких сторін виробничої та маркетингової діяльності підприємства, його фінансових можливостей. Розробці стратегії управління персоналом повинен передувати аналіз внутрішнього потенціалу підприємства. Запропонована методика діагностики стратегічного потенціалу формування та використання персоналу полягає в аналізі трьох елементів ефективності:

- управління діяльністю (виробництво) як процес координації різних дій з урахуванням їх цілей, умов виконання та етапів реалізації;

- управління персоналом як процес забезпечення підприємства працівниками необхідного професійно-кваліфікованого рівня та їх ефективне використання;

- управління маркетингом як процес досягнення узгодженості внутрішніх можливостей підприємства з вимогами зовнішнього середовища для забезпечення прибутку шляхом формування попиту і збуту продукції.

Для усунення визначених недоліків в сфері підбору та розвитку персоналу Вагонної дільниці ст. Київ-Пасажирський з позицій процесного підходу за підсумками дослідження було:

1. Обґрунтовано доцільність створення системи інформаційного забезпечення діяльності персоналу, яка повинна забезпечувати необхідною інформацією керівників для планування діяльності підрозділів і підприємства загалом та виконувати функцію інтелектуального центру обміну знаннями серед персоналу.

2 Удосконалено механізм забезпечення ефективності діяльності персоналу Вагонної дільниці ст. Київ-Пасажирський шляхом оптимізації його елементів, що дасть змогу генерувати взаємозв’язок між цими процесами. Тому застосування такого механізму дозволить отримувати інформацію про стан використання персоналу, вчасно вдосконалювати його формування шляхом підвищення фахового рівня та функціонування інформаційної системи на підприємстві й досягати позитивних результатів.

3 Запропоновано з метою вдосконалення механізму забезпечення ефективності діяльності персоналу Вагонної дільниці ст. Київ-Пасажирський використовувати теорію графів для знаходження критичного шляху, який є оптимальним для вирішення проблем із забезпеченням ефективності діяльності персоналу підприємства. Граф оптимального шляху забезпечення ефективності діяльності персоналу розраховано на основі показників діяльності підприємств, а власне оптимальний шлях ґрунтується на характеристиках управління персоналом, які, за визначенням керівництва, є пріоритетними. У процесі моделювання вирішувалося завдання щодо виявлення взаємозв’язку результатів діяльності підприємств із ефективністю механізму управління персоналом.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ НАДІЙНІСТЮ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Автор: студентка групи МО-227-м Похил О. М.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Адаменко М.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Надійність є однією з важливих складових професійної придатності співробітників як державних, так і недержавних підприємств. Працівники, що володіють такою якістю, зберігають моральну стійкість і лояльність до підприємства, відчувають себе «прив'язаними» до нього, сама робота представляє для них високу мотиваційну значимість, а її втрата оцінюється як серйозна життєва невдача.

Ступінь надійності залежить від різних причин і може змінюватися у людей у зв'язку зі зміною умов, виникненням нестандартних і особливо екстремальних (надзвичайних), кризових ситуацій. У цих ситуаціях дуже ймовірний прояв ненадійності у тих людей, які не вважають себе зобов'язаними відносно до моральних вимог або мають деякі особистісні недоліки.[3]

Важливим фактором, що впливає на конкурентоспроможність персоналу, є готовність працівників до нововведень. З метою посилення надійності доцільно вбудовувати в процес навчання персоналу мотиваційні сигнали, розкриваючи переваги нововведень, можливості, які отримає як окремий працівник, так і підприємство в цілому.

Одним із ключових елементів системи управління персоналом, який сприяє підвищенню надійності персоналу є проведення якісного відбору кадрів. Під професійним відбором ми розуміємо процес виокремлення з кандидатів осіб, відповідно до їх індивідуально-типологічних та особистісних якостей, потенційно здатних забезпечити ефективне виконання функціональних обов'язків.

Одним із критеріїв надійності персоналу, є плинність кадрів. Плинність працівників і стабільність кадрового складу є формами прояву двох найважливіших взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих характеристик – рухливості і стійкості, об'єктивно необхідних підприємству в конкурентних умовах функціонування. Рухливість кадрів – необхідна умова підтримки відповідності і пропорційності між факторами виробництва. Поряд із рухливістю залишається необхідним збереження відносної стійкості працівників стосовно професії, зайнятого робочого місця, трудового колективу, що є важливою передумовою ефективного формування і використання як особистого фактору, так і речових факторів виробництва.

Технологія формування надійного кадрового складу повинна визначатися як ефективністю підбору та розстановки персоналу, професійним просуванням працівників, так і якістю соціально-психологічної роботи на підприємстві.

Забезпечити надійність персоналу з метою підвищення його конкурентоспроможності можливо шляхом використання сучасних технологій професійного відбору працівників та подальшого впливу на соціально-психологічний клімат у колективі.

Стратегія забезпечення надійності персоналу передбачає розгляд ряду функціональних та організаційних умов її досягнення. У організаційному аспекті йдеться про ефективність мотиваційної політики надійності персоналу, тобто небажання працівників зашкодити підприємству, у функціональному – готовність оперативної адаптації до інноваційних змін.

Ступінь і результати реалізації інноваційного потенціалу персоналу безпосередньо пов'язані з існуючими інноваційними суперечностями, що виникають на будь-якому підприємстві. З одного боку воно прагне оновлення, впровадження нової техніки, удосконалення технологічного процесу, позитивних організаційних змін, а з іншого боку – стабільності стану, структури, складу, параметрів виробничої системи. Впровадження інновацій порушує її звичний стан та рівновагу, призводить до опору змінам з боку працівників, інерційності їх поведінки.

Одним з інструментів забезпечення функціональної надійності персоналу є вироблення засад його адаптації до змінюваних технологічних і організаційних умов функціонування.

Важливим при реалізації стратегії забезпечення надійності персоналу є вміння якісно оцінити його фахові та особистісні характеристики.

Ще однією засадою забезпечення надійності персоналу є якість управлінських рішень на підприємстві. Саме ефективність управлінських рішень в межах обґрунтованих компетентностей втілює діючу систему забезпечення надійності персоналу у фаховому контексті та бажання якісно працювати на благо підприємства за принципом «не нашкодь» в особистісному.

ШЛЯХИ ОНОВЛЕННЯ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Автор: студент групи ПУА-117-м Проскуренко С. А.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Волошина К.А.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Сучасний соціально–трансформаційний розвиток України, який супроводжує перехід її до новітніх суспільних формацій, викрив суперечності у формуванні державної політики, вказав на недоліки існуючої системи державного управління та громіздкість процедур її демократизації. Звідси постало питання про запровадження новітніх механізмів інституційного управління оновлюючими процесами шляхом створення нових організаційних структур, введення оптимізаційних форм і методів оновлення всієї системи владної вертикалі.

У зв'язку з цим виникла потреба розроблення нового алгоритму державного управління, тобто його перехід до більш прогресивної форми, у якості якої виступає публічне управління. Сучасний розвиток Української держави характеризується багатьма особливостями у всіх сферах суспільного життя, зокрема й у сфері державного управління, зумовленими як внутрішніми, так і зовнішніми явищами й процесами, серед яких чільне місце займають євроінтеграційні та глобалізаційні впливи. Останніми роками в національній системі державної влади відбуваються досить складні й суперечливі процеси, спрямовані на докорінне реформування отриманої з недавнього минулого громіздкої й неефективної системи державного управління. Очевидно, що за таких обставин ця система потребує негайного оновлення. Це дало б змогу створити збалансовану, надійну та ефективну сучасну систему державного управління. Оновлення публічного управління треба здійснювати на основі кращого вітчизняного та зарубіжного досвіду, виникає необхідність орієнтації на системне відображення можливостей використання європейського досвіду державного управління Україною в процесі реформування всіх сфер суспільства та держави, насамперед публічного управління.

На даний час для української моделі публічного управління актуальним є питання європеїзації у контексті децентралізації публічного управління, що є важливим для розвитку євроінтеграційних процесів системи державного управління як підсистеми публічного управління. Саме на основі європеїзації потрібно проводити оновлення публічного управління в Україні. Європеїзацію слід визначати як процес постійних соціально-політичних змін, який передбачає, що європейську інтеграцію доцільно представляти як процес двосторонніх відносин між національними державами та Європейським Союзом.

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ МАРКЕТИНГОВОЇ ЛОГІСТИКИ В УПРАВЛІННІ ЗАКУПІВЕЛЬНО-ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студент групи МО-113м Резніченко О.М.
alexandr5486236@gmail.com
Керівник: к.е.н., доцент Цвілий С.М.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Посткризовий етап розвитку економіки України та необхідність побудови інтелектуального суспільства в умовах інтеграції, інформатизації та глобалізації світогосподарських процесів потребують не його демократизації та істотних змін в організації й управлінні ієрархічними рівнями господарювання на основі інноваційно-інвестиційної моделі сталого розвитку економіки країни. Основоположним підходом до розробки такої моделі виступає логістизація економіки загалом і управління зокрема, яка неможлива без трансформації існуючої системи менеджменту й опанування прогресивними методами управління діяльністю вітчизняних компаній на засадах логістики.

В умовах прискорення інтеграції та глобалізації не тільки товарних і фінансових ринків, а й ринків праці якість управління на багатьох вітчизняних фармацевтичних підприємствах не відповідає рівню лідерів світового ринку, бо не носить випереджуючого характеру. Підвищення ефективності управління фармацевтичними підприємствами потребує розробки науково-теоретичних підходів і практичних механізмів запровадження логістичного управління.

Різним аспектам теорії і практики логістики закупівель присвячено праці таких вітчизняних учених, як О.М. Азарян, В.Н. Амітан, Л.В. Балабанова, М.С. Дороніна, А.Г. Кальченко, Є.В. Крикавський, Р.Р. Ларіна, М.А. Окландер, О.М. Тридід, Н.І. Чухрай, О.О. Шубін та ін. Вагомий внесок зробили такі науковці СНД, як Б.А. Анікін, Е.А. Голіков, Л.Б. Міротін, І.Е. Тишбаєв, В.І. Сергєєв і фахівці зарубіжних країн, зокрема, Дж. Бушер, Д. Клосс, Дж. Хескетт та інші.

Разом з тим, проблема регулювання логістичних процесів вітчизняного підприємства медичної галузі і питання підвищення ефективності організації маркетингової діяльності розглядалися в літературі, здебільшого, відокремлено, а у взаємозв'язку не були предметом наукового дослідження. Тому проблема ефективного управління закупівельно-збутовою діяльністю фірм вимагає більш глибокого вивчення. Комплексний інтегрований підхід до цього питання досі не набув достатнього теоретичного та методологічного обґрунтування. Сучасне підприємство постає перед необхідністю координувати свою діяльність на основі чітко розробленого механізму маркетингової логістики компанії.

Напрями підвищення ефективності управління логістичною діяльністю повинні базуватися на: 1) підвищенні ефективності управління матеріальними потоками; 2) управлінні виробничими, складськими запасами та запасами готової продукції; 3) вдосконаленні управління складською діяльністю; 4) вдосконаленні процесів обслуговування різних категорій споживачів; 5) оптимізації товарних і транспортних потоків на основі впровадження систем управління вантажопотоками; 6) підвищенні ефективності управління збутовою діяльністю; 7) вдосконаленні структури управління логістичною діяльністю; 8) прогнозуванні системи показників управління логістичною діяльністю.

Формування механізму маркетингової логістики підприємства доцільно починати з таких напрямів:

- по-перше, удосконалення інформаційного та програмного забезпечення транспортного обслуговування процесів закупівлі та продажу продукції;
- по-друге, удосконалення складського господарства підприємства та підвищення ефективності використання наявних складських потужностей;
- по-третє, удосконалення системи управління товарними запасами підприємства на основі впровадження логістичного підходу до їх формування.

МОЖЛИВІ НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студентка групи МО-117-м Рибакова М. О.
Керівник: кандидат юридичних наук, доцент Косяк О.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Операційна система є однією з найважливіших систем будь якої фірми, яка виготовляє продукцію чи надає послуги. Основною особливістю операційної системи є те, що основними її елементами, які потрібно об'єднати при управлінні, є люди й оснащення. Загальною особливістю будь - якої операційної системи є те, що основною її задачею для будь - якого підприємства є перетворення однієї кількості ресурсів-входів (матеріали, фінанси) на іншу, більш цінну кількість ресурсів-виходів (продукція, послуги). Такі системи містять, як правило, чотири групи елементів: люди, машини, матеріали і кошти. Дана система є фундаментом для будь-якого підприємницького процесу, досконала взаємодія її елементів є запорукою ефективної діяльності підприємства і його успіху на ринку.

Одним з ключових напрямків зростання конкурентоспроможності бізнесу є забезпечення підвищення ефективності операційної діяльності підприємства. Особливої актуальності дана проблема набуває за наявності кризових умов в економіці, оскільки це вимагає жорсткого скорочення витрат і забезпечення максимальної віддачі продуктивності системи за мінімальних капіталовкладень.

Необхідною умовою вирішення цього завдання є удосконалення економічного обґрунтування як стратегічних, так і тактичних аспектів управлінських рішень, а також механізмів її реалізації. Здійснення операційної діяльності підприємства вимагає застосування певних підходів при її організації та проведенні обліку, аналізу та аудиту.

Для зростання ефективності операційної діяльності підприємства велике значення має кількісний та якісний аналіз її результатів. Тому необхідною умовою при прийнятті управлінських рішень є опрацювання даних функціонування підприємства, отриманих із зовнішніх та внутрішніх джерел інформації. Слід зазначити, що операційна діяльність будь-якого підприємства носить циклічний характер, що обумовлений закономірностями відтворювального процесу і зміною форм капіталу, що відбувається при цьому.

На підставі проведеного аналізу стану операційної системи ПАТ «Добробут», предметом діяльності якого є розробка методів і технічних засобів передачі і прийому інформації (сигналів) з метою управління і контролю на відстані, були визначені наступні пріоритетні напрямки удосконалення оперативного управління його функціонуванням:

1. Заходи для удосконалення процесу матеріально-технічного забезпечення:

2. Виробнича реструктуризація, або стратегія розвитку, підтримки виробничого потенціалу чи його скорочення.

3. Впровадження нововведень, які сьогодні виступають каталізатором економічного розвитку підприємства. Результатом впровадження інновацій є якісний ріст, підвищення ефективності виробництва і конкурентоспроможності продукції, високі темпи соціально-економічного розвитку.

4. Заходи для підвищення конкурентоздатності продукції:

Для ефективної реалізації заходів, що розроблені в межах вказаних напрямків, потрібно впроваджувати логістичні системи на підприємстві, які повинні охоплювати процеси закупівлі, виробництва та розподілу продукції й узгоджуватись з ними, а також створити відділ маркетингу, який би налагоджував тісні індивідуальні зв'язки з постійними клієнтами, також потрібно модернізувати систему «Стріла-Світло» для того, щоб вона стала конкурентоздатною, для підвищення продуктивності праці потрібно заміни існуючу лінію порошкового покриття на автоматичну лінію конвеєрного типу EURO 90.

ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Автор: студент групи МО-113м Свиридов С.А.
sviridov.serge@gmail.com
Керівник: к.с.н., доцент Швець Л.М.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Сучасні ринкові умови розвитку вітчизняної економіки характеризуються загостренням конкурентної боротьби між виробниками як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, розвитком глобалізаційних процесів. При цьому успіх функціонування будь-якої господарської одиниці незалежно від профілю діяльності залежить від її здатності реагувати і правильно відслідковувати будь-які зміни, що відбуваються в зовнішньому оточенні і відображати їх в стратегії перспективного розвитку, комерційної та товарної політики підприємства у вигляді відповідних управлінських рішень.

У промисловій сфері ситуація ускладнюється специфічними особливостями виробничих систем підприємств і продукції, що підвищує ризик виходу їх на ринки збуту. Відповідно, в таких умовах роль маркетингової діяльності значно зростає, але не як самостійної незалежної функції, що можна спостерігати в практиці більшості вітчизняних виробників, а у вигляді однієї з основних систем підприємства, котра забезпечує зв'язок із зовнішнім оточенням у тісній взаємодії з його виробничою підсистемою.

Величезний вплив на формування та розвиток сучасної теорії і практики загального маркетингу надали у своїх наукових публікаціях такі вчені-економісти: Т. Амблер, І. Ансофф, М. Бейкер, Б. Берман, Дж. Боуен, П. Друкер, Дж. Еванс, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, Т. Левітт, С. Маджаро, Дж. Мейкенз, М. Портер, Ф. Уэбстер, А. Хайем. Вагомий вклад у дослідження особливостей застосування та управління промисловим маркетингом на підприємствах внесли такі відомі вітчизняні вчені,як: І. Акімова, О. Гарафонова, Н. Герасимяк, А. Гольцов, М. Долинська, Е. Дубіна, С. Злобін, Л. Коваленко, С. Ковальчук, С. Коверга, М. Корж, Є. Крикавський, С. Лавров, Н. Миколайчук, Н. Мешко, Ю. Мороз, О. Наумов, О. Оснач, О. Пампура, В. Пилипчук, В. Пилюшенко, Б. Раффілд, Г. Савіна, В. Святненко, І. Соловйов, А. Старостіна, А. Телетов, Г. Хардінг, Н. Чухрай та інші.

Промисловий маркетинг – це такий вид маркетингу, який використовується для прогнозування, організації та управління всіма аспектами і напрямами господарської діяльності у сфері виробництва, обігу та експлуатації промислової продукції, задовольняючи при цьому потреби кожної конкретної організації, яка приймає участь у даному процесі з метою максимізації власного прибутку в довгостроковій перспективі, в тому числі за рахунок зниження витрат, підвищення продуктивності праці та якості продукції, здійснюючи постійний пошук нових технологічних підходів та ефективного використання ринкових інструментів, забезпечуючи при цьому індивідуальний підхід до кожного споживача.

Управління промисловим маркетингом на підприємстві необхідно розглядати як послідовність етапів: аналітичного, цільового, планового, програмного та оціночного. Враховуючи чітку послідовність процесу, його циклічність, наведену схему запропоновано вважати загальною моделлю тотального (комплексного) управління промисловим маркетингом на підприємстві.

Мета механізму управління промисловим маркетингом полягає в підвищенні конкурентоспроможності вітчизняних виробників і зниженні ризику їх виходу як на внутрішні, так і на зовнішні ринки збуту інноваційної продукції. В механізмі запропоновано виділяти керуючу та керовану підсистеми, відповідно до яких суб'єктами управління є керівництво підприємства, керівники маркетингового та інших функціональних підрозділів, а об'єктом управління сукупність підрозділів підприємства, які поєднані в єдину систему. Також механізм передбачає тісний зв'язок між маркетинговим та виробничим підрозділами. Важливими структурними елементами запропонованого механізму є блоки «принципи», «методи», «моніторинг та оцінювання ефективності». Важливість останнього обумовлена необхідністю розробки та реалізації коригуючого впливу на процес управління промисловим маркетингом.

Проведене дослідження дозволяє побудувати концепцію формування механізму управління промисловим маркетингом на промисловому підприємстві.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студент групи ПУА-117-м Сердюк С. В.
Керівник: доктор економічних наук, професор Мазурок П.П.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

У процесі управління стійким розвитком підприємства головним завданням системи управління є виявлення різного роду факторів, які впливають на його функціональність і ефективність, і, в той же час використовувати їх вплив в потрібних для підприємства напрямках. Головна мета - позитивно впливають на сталий розвиток фактори перетворити в свої переваги.

У зв'язку з цим необхідно сформувати алгоритм стійкого розвитку підприємства, що представляє собою якісно нову систему, її міжелементний зв'язок, спрямовану на підвищення його стійкості і функціональності.

Сутність алгоритму стійкого розвитку підприємства полягає в тому, що будь-яке підприємство є відкритою системою, на яку діють фактори внутрішнього і зовнішнього середовищ.

Розробка алгоритму управління економічною стійкістю підприємства повинна грунтуватися на системному підході. Будь-яка господарська діяльність являє собою набір зв'язків і залежностей, їх реалізацію, підтримку і розрив уже наявних зв'язків.

Формування алгоритму стійкого розвитку підприємства повинно здійснюється на основі наступних принципів:

- цілісність - взаємопов'язаність і підпорядкованість всіх складових системи;

- комплексність - вимагає врахування всіх передбачуваних факторів впливу;

- безперервність - регулювання впливу в міру надходження нової інформації, реалізація процесу регулювання повинна носити безперервний характер;

- адекватність - відповідність системи закономірною дійсності.

Алгоритм стійкого розвитку підприємства розглядається як комплексний організаційно-господарський устрій, структура якого складається з інформаційної підсистеми, що включає в себе наступні типи підсистем: організаційну, виробничу, ринкову (маркетингову), фінансову, соціальну, техніко-технологічну, інвестиційну та інші підсистеми, які пов'язані між собою внутрішньоорганізаційними зв'язками.

Структурними генераторами стійкого розвитку підприємства є фактори виробництва, які характеризуються кількістю і якістю використовуваних ресурсів; інвестування; інноваційна діяльність.

Залежно від того, які чинники впливають на економічне зростання, розрізняють екстенсивний та інтенсивний шляхи економічного розвитку. При екстенсивному розвитку збільшення обсягів виробництва відбувається за рахунок збільшення кількості використовуваних факторів виробництва. Інтенсивний шлях економічного розвитку характеризується вдосконаленням технології і техніки та підвищенням якості основних виробничих факторів.

Для досягнення необхідного рівня стійкого розвитку підприємство повинно забезпечити запас стійкості за рахунок поліпшення результатів діяльності, використовуючи більшою мірою інтенсивні фактори виробництва. Стійкий розвиток виробництва грунтується на ефективності управлінської політики підприємства, яка включає в себе установку і використання модернізованого обладнання та сучасних технологій. Сталий розвиток ринкової функціональної зони включає в себе ефективну маркетингову стратегію, проведення результативних рекламних компаній, розробку і збільшення асортименту продукції, впровадження інновацій. Стійкість фінансової підсистеми характеризується індикаторами рентабельності, що є найбільш важливими показниками фінансового стану підприємства.

Реалізація процесу стійкого розвитку будь-якого підприємства базується на певних логічних діях, спрямовані на вирішення проблем стійкості підприємства. Головним завданням керівництва стає розробка стратегії, яка передбачає майбутнє стійке розвитку підприємства, а потім поетапна реалізація і внесення поправок в уже обрану стратегію за допомогою управління і короткострокового планування.

СПЕЦИФІЧНІ РИСИ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ КОЛЕКТИВАМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Автор: студент групи МО-227-м Сидоров Д. Г.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Адаменко М.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Функція управління трудовим колективом останнім часом отримала визнання в якості стратегічної функції, і причиною цьому служить еволюція уявлення про її важливість. Грамотно побудована система управління трудовим колективом є основою для системи більш складного рівня — управління компанією в цілому.

Головна мета системи управління трудовим колективом: забезпечення організації кадрами, їх ефективне використання, професійний і соціальний розвиток. У відповідності з цими цілями формується система управління трудовим колективом організації. Основні функції системи управління трудовим колективом розподілені між її численними підсистемами, такими як підсистема планування і маркетингу персоналу, підсистема управління наймом і обліком персоналу, підсистема управління трудовими відносинами, підсистема забезпечення нормальних умов праці, підсистема управління соціальним розвитком та іншими.

Поєднання виявлених в ході проведення аналізу резервів і передового досвіду управління трудовим колективом, який було вивчено за усіма його фазами (добір персоналу; розвиток і навчання персоналу; використання персоналу; винагорода персоналу), дозволило автору запропонувати до реалізації наступні стратегічні напрямки кадрової роботи для умов діяльності ТОВ «Дніпробудінвест»:

1. Навчання персоналу у формах: навчання робітників на курсах підвищення кваліфікації у період підготовки до виконання робіт на нових об’єктах та до використання нової та модернізованої техніки; впровадження системи наставництва для молодих робітників з метою прискорення їх адаптації до нових умов трудової діяльності; використання методу самопідготовки кадрів – ротації; використання альтернативної підготовки кадрів, а саме застосування на невідповідальних видах робіт праці практикантів.

2. Впровадження системи оцінювання кадрів шляхом проведення атестації у 4-х основних формах.

3. Удосконалення системи матеріального стимулювання праці шляхом встановлення премій за відсутність простоїв обладнання в період між черговими ремонтами; встановлення доплат за розширення норм обслуговування - як наслідок реалізації заходу по ротації кадрів; встановлення доплат за наставництво, що також пов’язано з навчанням кадрів; встановлення доплат керівникам за участь у відборі потенційних кандидатів на вакантні робочі місця; запровадження премій “за здоровий спосіб життя” як засобу скорочення випадків невиходу з причини тимчасової непрацездатності.

4. Застосування комбінованих методів матеріального і морального стимулювання, зокрема конкурсів на кращих працівників з призначенням довготривалої надбавки та т.ін.

Для реалізації заходів нами було заплановано бюджет на навчання кадрів та розраховані можливі наслідки від проведення кадрової роботи у зазначених нами формах. Загальний економічний ефект від впровадження усіх заходів за нашими підрахунками може становити 1308,67 тис. грн., який виступає як економія по собівартості, отримана переважно на витратах на оплату праці та соціальних відрахуваннях при зростання витрат на навчання.

Окрема увага була приділена впровадженню соціально-психологічних методів управління трудовим колективном ТОВ «Дніпробудінвест».

Сутність проекту полягає у розробці та реалізації системи заходів з покращення відносин між керівництвом підприємства та підлеглим персоналом шляхом проведення корпоративних свят та промоушен-акцій. Витрати на реалізацію цього проекту складають 24 тис.грн. щороку, а розмір додаткового чистого прибутку, отриманого в результаті підвищення ефективності використання персоналу ТОВ «Дніпробудінвест», на який спрямовано реалізацію цього проекту, складатиме 63,37 тис.грн.

ФОРМУВАННЯ БРЕНД-ОРІЄНТОВАНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Автор: студент групи МО-217м Сомов С.А.
sergeysomov1972@mail.ru
Керівник: к.е.н., доцент Венгерова О.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Маркетингова стратегія є важливим інструментом забезпечення життєдіяльності підприємства у сучасних умовах господарювання. Необхідність стратегічного планування маркетингової діяльності на підприємствах обумовлена розвитком науково-технічного прогресу, завданнями управління ризиками підприємницької діяльності, процесами диференціації та диверсифікації товарної політики цих підприємств, необхідністю концентрації зусиль на вирішенні найважливіших завдань і розвитку перспективних напрямів.

У вітчизняній бізнес-практиці найбільш ефективним ресурсом подальшого розвитку підприємницької діяльності вважаються кредити, технології, техніко-економічні властивості продукції, водночас як зарубіжний досвід свідчить про те, що найголовнішим ресурсом вважається свідомість споживачів продукції цих підприємств. У зв`язку з цим особливої гостроти набуває проблема формування іміджу вітчизняних торгових марок.

Особливості формування маркетингової стратегії підприємства досліджували такі вчені, як Д. Аакер, А. Випперфюрт, Б. Карлоф, К. Келлер, О. Кендюхов, О. Азарян, С. Димитрова, Л. Радкевич, О. Кужилева, Н. Кляйн, Ф. Котлер, В. Перція, І. Соловйов, П. Темпорал, Д. Траут, А. Уіллер та ін.

В наукових колах думки щодо брендингу, як процесу формування та просування торгової марки в свідомості споживачів, дещо розділились. Одні вбачають в брендингу маркетингову стратегію розвитку підприємства, а інші вважають, що брендинг може розглядатись тільки як інструмент реалізації маркетингової стратегії. На нашу думку, коректна відповідь лежить у площині порівняння рівнів співвідношення: 1) структуризації ринку торговими марками та структуризації свідомості споживачів ними, як брендами; 2) сприйняття брендових концепцій вітчизняними підприємствами й ефективності впровадження ними брендингових технологій. На перших етапах структуризації ринку та свідомості споживачів брендами, прийняття та впровадження брендингу має право виступати як маркетингова стратегія цих підприємств. В майбутньому, в залежності від співвідношення зазначених рівнів, брендинг стає ефективним інструментом реалізації маркетингових стратегій, що динамічно змінюються, трансформуються й адаптуються залежно від розвитку ринку певної продукції.

Особливості формування маркетингової стратегії на основі бренд-підходу полягають у наступному:

- для того, щоб підприємство успішно конкурувало на ринку слід приділяти пильну увагу факторам конкурентоспроможності та формувати конкурентні переваги;

- брендинг дає змогу отримувати прибуток не лише від самого продукту, але й від популярності самої торгової марки;

- ціна бренду сприймається споживачем більш позитивно, ніж завищена ціна на небрендовий товар;

- істотний вплив на рівень конкурентоспроможності підприємства має конкурентоспроможність бренду;

- при успішному управлінні торговельною маркою можна одержати та утримати конкурентні переваги довгострокового характеру за рахунок включення стратегій позиціювання торговельної марки в систему забезпечення конкурентоспроможності підприємства;

- конкурентноздатність та конкурентоспроможність підприємства, товару та торговельної марки є запорукою успішного розвитку підприємства.

ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ

Автор: студентка групи МО-113м Тананаєва Т.С.
tsteconom@gmail.com
Керівник: к.с.н., доцент Швець Л.М.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

В сучасних умовах розвитку економічних відносин, що характеризуються зростанням впливу глобалізаційних процесів на всі сфери діяльності підприємства, підвищенням ролі соціальної відповідальності менеджменту, перманентним оновленням підходів до управління, особливого значення набувають питання всебічного розвитку персоналу як втілювача управлінських ініціатив у практичну діяльність підприємства. Існуючі підходи та інструментарій менеджменту персоналу спрямовані, насамперед, на вирішення поточних завдань, у той час як сучасна гуманістична концепція управління персоналом декларує необхідність створення парадигми кадрового менеджменту, яка б у довгостроковій перспективі орієнтувалася на сталий розвиток персоналу, зростання його ефективності на засадах інтенсифікації використання знань.

Теоретичним підґрунтям для дослідження характерних рис сучасних економічних відносин, тенденцій розвитку економіки й особливостей здійснення управлінської діяльності, ролі та місця персоналу в господарській діяльності стали роботи М.Хаммера, П.Друкера, Д.Тапскотта, Ф.Махлупа, І.І.Мазура, В.Д. Шапіро, Л. Бока, Ю.Н. Єдлишева, Л.І. Євенко, В.М. Гейця, О.Г. Вагонової, В.Я. Швеця, Т.Б. Решетілової. Змістовне наповнення, сучасні методи та підходи до стратегічного управління підприємством досліджено в працях О. Ветлузьських, Г. Хамела, К. Прахалада, М. Трейсі, Р. Каплана, С.Б. Довбні, О.М. Ястремської, Г.І.Кіндрацької, М.В.Адаменко, Г.В.Осовської. Вагомий внесок у розвиток теоретичних засад стратегічного та поточного управління персоналом зробили М.Армстронг, Д.Ульрих, Д.Салівен, О.В.Сардак, Г.Завіновська, І.Р.Бузько, Л.В.Балабанова, В.І.Де-риховська, Д.П.Богиня.

Кадрова стратегія являє собою узагальнений набір дій у довгостроковій перспективі та способів їх реалізації щодо формування й відтворення людського капіталу задля забезпечення реалізації місії й загальнокорпоративної стратегії підприємства шляхом створення конкурентних переваг та соціальновідповідального менеджменту. Таке визначення на відміну від існуючих містить специфічні характеристики щодо націленості кадрової стратегії на формування конкурентних переваг та врахування паритету інтересів власників та працівників, що розширює зміст кадрової стратегії не заперечуючи її підпорядкованість загальнокорпоративній, але враховуючи сутність концепції стратегічного ототожнення.

Узагальнення теоретико-методичних засад стратегічного аналізу дозволило автору обґрунтувати доцільність виокремлення чотирьох прошарків аналізу при формуванні кадрової стратегії: дальнє та ближнє зовнішнє середовище, загальне та специфічне внутрішнє середовище, кожен з яких, у свою чергу, містить політико-правовий і організаційний, фінансово-економічний, соціокультурний, техніко-технологічний напрями, які деталізовано представлені групами показників.

При формуванні кадрової стратегії доцільно проводити стратегічний аналіз найбільш суттєвих і надійних факторів, склад яких визначається із використанням кількісних методів оцінки предикативності та волатильності факторів. Застосування запропонованого методичного підходу до стратегічного аналізу дозволяє підвищити обґрунтованість кадрової стратегії підприємства.

Проведене дослідження дозволяє побудувати концепцію формування обґрунтованої та дієвої кадрової стратегії, що забезпечує спрямування управлінської діяльності на створення сталих конкурентних переваг і досягнення ефективності господарювання в довготривалій перспективі.

МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ У СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

Автор: студентка групи МО-227-м Телебей Л. О.
Керівник: кандидат технічних наук Магар Н.Г.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Сучасний розвиток економіки України базується на створені умов ефективного і динамічного переходу до ринкових відносин. При цьому дуже важливою є реорганізація надмірної концентрації і монополізації вироб¬ництва, удосконалення організаційних і структурних відносин, перегляд застарілих командних економічних зв'язків і методів керування.

У цих умовах особливої гостроти набуває необхідність розвитку підприємницької активності, діяльність підприємств і організацій, спрямованих на споживача, і кінцевий результат – прибуток.

Практичне розв'язання проблем, пов'язаних з необхідністю забезпечення нормальної роботи підпри-ємства, залежить від ступеня освоєння методології і методів стратегічного управління.

Для застосування збалансованої системи показників на підприємстві важливі дві обставини:

- реалізація чітко сформульованої стратегії;

- система стратегічного управління, яка не повинна обмежуватися постановкою цілей перед підрозділами і окремими співробітниками, так як її впровадження передбачає використання управлінських і виробничих механізмів, які дозволяють ці цілі досягати.

Для стратегічного управління підприємством, необхідно спочатку розглянути методику розробки ЗСП, а потім методику її впровадження.

Узагальнюючі загальні методики розробки збалансованої системи показників, вважаємо більш ефективну для застосування на підприємствах наступну:

1. Збір і розповсюдження довідкового матеріалу. ЗСП це інструмент втілення стратегії. В довідковий матеріал входить інформація про місію, бачення, цінності, стратегії, конкурентне положення підприємства.

2. Розробка або підтвердження місії, цінності, бачення стратегії. На основі інформацій зібраної на першому етапі необхідно досягти згоди за цими важливими питаннями. Коли відсутні один або всі компоненти для ЗСП, то обирати їх необхідно спільно з керівником підприємства.

3. Співбесіда з членами керівництва. Команда повинна визначити їх погляд відносно конкурентного положення підприємства, ключових факторів успіху в майбутньому і можливих показників ЗСП.

4. Розробляється програма ЗСП, яка включає вибір організаційної одиниці. Обирається той підрозділ, для якого збалансована система показників буде оптимальною. Такий підрозділ повинен мати власні ресурси і споживчу базу, маркетингову службу, а також свої виробничі потужності.

5. Визначаються стратегічні цілі. Готується матеріал, необхідний для розробки ЗСП, внутрішні документи про концепцію, цілі і стратегію підприємства. Все це надається в розпорядження топ-менеджера, потім проводиться бесіда за всіма складовими ЗСП. В результаті з'являється документ, в якому перераховані всі пропозиції. Проводиться нарада з топ-менеджерами для обговорення і прийняття єдиної думки відносно збалансованої системи показників.

6. Вибір стратегічних показників. Відбір показників достатньо трудомісткий процес, так як він вимагає зробити вибір одного показника і декількох альтернативних. Після вибору показників проводиться їх оцінка на відповідність певним критеріям.

7. Формування плану реалізації. Узагальнюються стратегічні задачі, складається план реалізації збалансованої системи показників В ньому повинні знайти відображення взаємозв'язок показників з даними інформаційних систем, розповсюдження інформації про ЗСП по всім підрозділам підприємства. В результаті виникає нова інформаційна система, яка зв'язує показники на всіх рівнях.

УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНОЮ УСТАНОВОЮ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Автор: студент групи ПУА-227-м Теліга М. Ю.
Керівник: кандидат юридичних наук, доцент Косяк О.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Природною передумовою застосування в публічному управлінні проектно-орієнтованих підходів, зокрема в умовах кризи, є позитивний західний досвід контрактного менеджменту [26]. Останній є способом переходу від ієрархічного управління (коли керівництво здійснюється шляхом окремих директив і прямих втручань) до укладання цільових угод (контрактів) на засадах тендерів про надання послуг (що, кому, скільки, з якою якістю, за якою ціною має бути надано, бюджет і терміни контракту).

Особливо в період подолання кризи важливим є інституціональна стійкість управлінських систем на базовому (районному) рівні. До того ж важливо пам‘ятати, що «у сферу обов‘язкової компетенції органів управління чи самоврядування не повинні входити функції, які не відповідають цілям територіального управління або їх реалізовують самостійні суб‘єкти господарювання і вони регулюються ринковими механізмами» [42,с.95). Запровадження такого підходу потребує певних інституційних змін на рівні держави, адже відповідальним за провадження регіональної політики має бути певний орган, де приймають ключові управлінські рішення і який забезпечує координацію інших інститутів у процесі реалізації регіональної політики. Разом із розвитком технологій зміни відбуваються у самій філософії регіональної політики, яка нині відходить від ставлення до території як об‘єкта індустріального освоєння й експлуатації (це властиво індустріальній фазі розвитку). Все більшого поширення набуває сприйняття регіональної політики в контексті концепції «просторового розвитку».

Якщо реорганізацію на центральному рівні виконавчої влади в інтересах регіональної політики здійснити представникам територіальних громад наразі не вдається, то деякі кроки на районному рівні можна запровадити.

1. Запровадження стратегічного менеджменту. Наявність стратегії дозволяє впевнено долати навіть непередбачувані труднощі і з готовим планом дій виходити в найнепередбачуваніші обставини. Запровадження елементів стратегічного менеджменту – зокрема – створення групи радників, або стратегічної експертної групи (це можуть бути вихідці з району – визначні науковці, експерти, можуть бути і місцеві жителі). До обов‘язків цієї групи (яка може працювати дистанційно і на громадських засадах) входитиме розробка із максимальним залученням громадськості стратегічного плану розвитку району, рекомендацій з приводу подолання того чи іншого кризового явища.

2. Створення аналітичної антикризової групи. На базі існуючих підрозділів РДА можна виділити так звану антикризову групу, яка займатиметься збором і обробкою інформації, моніторингом кризових індикативів, запровадженням цілісної системи моніторингу, яка дозволить ефективніше діагностувати суспільно-політичні чи соціально-економічні проблеми, напрацюванням проектів управлінських рішень.

3. Створення PR- антикризової групи. Характеризуючи ситуацію щодо антикризового PR в Україні, варто зазначити, що більшість органів державної влади, та й вітчизняних компаній середнього та малого бізнесу не займаються профілактикою криз та не складають оперативні плани на випадок кризових ситуацій. План заходів, спрямованих на запобігання кризовим явищам, інструкції щодо реагування під час кризових ситуацій є у представництв закордонних / міжнародних компаній, оскільки це обов’язкова вимога такого рівня бізнесу та стандарт роботи західного підприємства. Частково подібна документація є у центральних органах виконавчої влади. Однак подібні інструкції більше стосуються ліквідації наслідків аварій та стихійних лих і не мають комунікаційного напрямку. Тому, коли виникає кризова ситуація, особи, які мають надавати інформацію та контактувати зі ЗМІ (прес-секретарі, радники, PR- менеджери), зіштовхуються із низкою проблем: відсутністю компетентного спікера (особи, яка володіє об’єктивною та повною інформацією і готова надавати її громадськості, а також має відповідні посадові повноваження); невмінням визначити інформаційний привід для виступу; невизначеністю меж розголошення інформації.

Чи не основну увагу у кризовий період в діяльності державної адміністрації слід надавати не лише інституційній перебудові, використанням нових – дешевих і ефективних – технологій управління, але й здійсненню повсякденних функцій. Підготовка до кризової ситуації повинна вестися постійно – чим більше витратимо часу на підготовку, тим більше ресурсів – і людських, і часових будемо мати безпосередньо у час кризи. Тобто менеджерським завданням підготовки до кризового часу є, з однієї сторони, налагодження позитивного іміджу влади та стійкого діалогу із громадськістю, а з іншого – максимальна ефективність проведення діючих «повсякденних» процедур, як то надання адміністративних послуг.

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студент групи МО-113м Токарєв І.Ю.
itokarevx@gmail.com
Керівник: к.с.н., доцент Швець Л.М.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

В умовах глобалізації ринку проблема якості продукції є важливою, тому що тільки високоякісна продукція може бути конкурентоздатною. Конкурентні позиції вітчизняної продукції, в першу чергу, зумовлюються споживчими властивостями, які формують якість. Підтримка високої конкурентоспроможності має першочергове значення та стає вирішальним фактором комерційного успіху підприємства.

Дослідженню проблем підвищення ефективності управління якістю присвятили свої роботитакі науковці:АзгальдовГ.Г., Белявський І.К., Брагін Ю.Б., Вакуленко А.В., Войнаренко М.П., КириченкоЛ.С., Гличев Г.В., Нугаєв М.А., Дурович А.П., Глудкин О.П., Дж.Джуран, Захожай В.Б., Калита П.Я., Корольков В.Ф., Кросбі Ф., Лапуста М.Г., Максименко І.О., Мережко Н.В., Нижник В.М., Орлов О.О., Сіваченко І.Ю., Субето А.І., ТельновА.С., Федоров М.В., Фейгенбаум А., Фомін В.Н., Харінгтон Дж., Шаповал М.І. та інші. Вказаними науковцями продемонстровано глибокий і всебічний підхід до визначення поняття якості, досліджені організаційні аспекти створення систем управління якістю продукції та запропоновані різноманітні методики оцінки рівнів її якості.

Управління якістю продукції є інструментом самозбереження будь-якого підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Якість виступає партнером інновацій, посилює порядок та потребує постійного вдосконалення для забезпечення життєздатності фірми.

Дослідження практики застосування міжнародних стандартів ISO серії 9000 в Україні показало, що в більшості випадків їхні впровадження не принесе очікуваного результату. Основними причинами такої ситуації автором визначено: формальне впровадження вимог стандарту ISO 9001:2009 з метою сертифікації; нехтування принципами менеджменту якості через відсутність єдиної методики побудови системи менеджменту якості; дефіцит досвіду персоналу в питаннях якості, філософії якості; не усвідомлення керівниками ефективності функціонування системи менеджменту якості.

Аналіз дефініцій якості дав змогу сформулювати авторське тлумачення поняття «управління якістю продукції» як скоординованої діяльності, на яку покладаються функції спрямування та контролю організації з питань якості властивостей продукції з метою отримання соціально-економічних ефектів суб'єктами, що мають відношення до виробництва, розподілу та споживання конкретного виду продукції.

На основі аналізу основних положень міжнародних стандартів якості автором сформульовані шляхи формування сприятливих умов для розвитку виробництва якісної продукції, що дозволить певною мірою вирішити проблему підвищення довіри громадян України до вітчизняного виробника та суттєво просунутися в напрямку інтеграції у світове співтовариство: а) широке впровадження інноваційних технологій та техніко-технологічне переозброєння великих і середніх підприємств галузі на основі інформаційного та методичного забезпечення; б) ефективне використання комплексу оптимальних ресурсів у системі управління якістю, формалізація основних документів з якості, відповідальність за дотримання вимог заданих документів: в) підвищення конкурентоспроможності продукції з орієнтацією на відповідний профіль споживача, визначений за допомогою широкого використання маркетингових досліджень та інструментів кваліметрії; г) постійне підвищення кваліфікації професійних кадрів для підприємств промисловості. Оцінка якості продукції в сучасних умовах має носити оціночноаксіологічний аспект, який проявляється на рівні людини, суспільства, підприємства та держави.

Проведене дослідження дозволяє побудувати концепцію формування комплексної адаптивної системи управління якістю продукції промислового підприємства на основі визначення механізму формування рівнів споживчого профілю якості та подальшого його закріплення у вигляді експертної методики, яка дозволить виробникові моделювати процес оцінки якості продукції споживачем.

НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студентка групи МО-227-м Чалих С. А.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Волошина К.А.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Сучасний етап розвитку ринкової економіки ставить вимоги перед суб'єктами господарювання забезпечення ефективного функціонування та досягнення високого рівня конкурентоспроможності як підприємства, так і виробленої продукції. Тому провідною ланкою внутрішнього середовища підприємства стає його організаційна складова, що передбачає ефективність використання економічних можливостей управління, яке визначається як зміст організаційного розвитку.

З точки зору менеджменту організаційний розвиток представляється як удосконалення можливостей підприємства вирішувати виявлені проблеми. Отже, організаційний розвиток треба визначати як складну довгострокова роботу щодо удосконалення процесів розв'язання проблем та оновлення підприємства шляхом змін й ефективного спільного регулювання з використанням культурних постулатів, теорії і технологій прикладної науки про поведінку та дослідження дій.

На початковому етапі процесу управління організаційним розвитком підприємства рекомендовано визначити основні цілі організаційного розвитку, якими повинні бути: зміна ставлення до роботи у співробітників підприємства; модифікація поведінки та організаційної культури; стимулювання до змін у структурі та політиці підприємства.

Досягнення основних цілей організаційного розвитку повинно ґрунтуватись на принципах: цілеспрямованості, безперервності, першого керівника, системності, інтервенції, гуманістичних цінностей, колегіальності, каузальності, дослідження дією, практичного навчання, різнорівневого впливу, унікальності підприємства. На основі запропонованих принципів, буде забезпечено досягнення цілей організаційного розвитку

Основними напрямами підвищення ефективності організаційного розвитку підприємства мають бути наступні: зміна структур вертикального підпорядкування гнучкими горизонтальними структурами; перехід від лінійного характеру розвитку на нелінійний; децентралізація влади та функцій управління; відмова від утримання влади в одних руках, демократизація, відмова від формалізації; мінімізація кількості рівнів управління між різними ланками керівництва та безпосередніми виконавцями; інтеграція інформаційних систем управління організаційним розвитком підприємства; реорганізація нераціонально функціонуючих підрозділів, перехід на нові інноваційні форми, стилі, методи управління; перехід від вузької функціональної спеціалізації до горизонтальної інтеграції. Дотримання рекомендованих напрямків забезпечить ефективність управління організаційним розвитком підприємства.

Провідним завданням для підприємства повинно бути розробка організаційного механізму управління діяльністю підприємства. Формування організаційного механізму повинно передбачати забезпечення поліпшення позиції підприємства на ринку та стабільного розвитку й збалансованої фінансово-господарської діяльності.

КОМПЛЕКСНА МЕТОДИКА ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Автор: студент групи МО-113м Чижевський М.М.
mike30091994@gmail.com
Керівник: к.е.н., доцент Венгерова О.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

У сучасних умовах організація оплати праці на підприємстві є надзвичайно актуальною проблемою. З одного боку, витрати на персонал – це одні з небагатьох витрат, які мають певну гнучкість, що виявляється в можливості скорочувати або збільшувати їх залежно від стадії розвитку та фінансового стану підприємства. З другого боку, необґрунтоване втручання держави в організацію оплати праці на підприємстві ставить суб'єктів господарювання в умови, коли за відсутності реального економічного зростання вони змушені виявляти резерви для підвищення заробітної плати.

Складним питанням організації оплати праці на підприємствах присвячено низку праць зарубіжних і українських науковців, зокрема, таких як: К. Альдерфер, О. Анісімова, М. Армстронг, Д. Богиня, Н. Верхоглядова, Н. Гавкалова, П. Друкер, М. Мескон, П. Самуельсон, С. Сардак, А. Семенов, В. Хобта, А. Чухно та ін. Однак, незважаючи на здобутки в розробці цієї багатогранної проблематики, недостатньо вивченими є питання комплексної методики вдосконалення організації оплати праці в сучасних реаліях.

Оскільки головним резервом зростання ефективності праці є підвищення ефективності використання робочого часу, то вважаємо, що для вдосконалення системи оплати праці та підвищення її ефективності на підприємстві необхідно вжити таких заходів:

– оновити систему оплати праці підприємства шляхом введення ефективної системи преміювання працівників за високі результати роботи на підприємстві;

– розробити ефективний компенсаційний пакет для персоналу підприємства;

– знизити доплати працівникам за виправлення браку.

У сучасних системах оплати праці можна виділити такі недоліки: 1) зростання оплати праці не пов'язано з підвищенням ефективності; 2) чинна система не орієнтована на співпрацю; 3) система оплати не є досить гнучкою.

Враховуючи всі недоліки організації оплати праці, необхідно визначити шляхи виходу з кризи заробітної плати. Необхідне відновлення заробітної плати як реально ефективної діючої економічної категорії ринкової економіки та її основних функцій.

Для більш ефективної діяльності підприємства необхідна розробка заходів матеріального стимулювання. Сформулюємо основні вимоги до мотиваційному механізму з урахуванням трудових цінностей, що формуються в ринкових умовах господарювання:

– мотиваційний механізм повинен ґрунтуватися на мотиваційних факторах, властивих кожній категорії персоналу й забезпечувати максимальний збіг основних домінант економічної поведінки та розроблених організацією мотивацій;

– мотиваційний механізм повинен являти собою поєднання матеріальної й нематеріальної складових;

– повинні простежуватися чітка залежність винагороди від результатів роботи, а також справедливість і прозорість системи оплати для працівника (відображення повною мірою в зарплаті результатів праці працівника);

– заробітна плата, що формується в межах матеріальної складової, має бути конкурентоспроможною на ринку праці;

– мотиваційний механізм як система повинен бути спрямований на стимулювання працівника до розвитку інноваційної діяльності, безперервного отримання знань, підвищення кваліфікації, кар'єрного зростання;

– нематеріальна складова мотиваційного механізму повинна включати соціальну мотивацію.

ВДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЙНИХ МЕХАНІЗМІВ В КОНТЕКСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студент групи МО-113м Школьніков Л.М.
leonidshk27@gmail.com
Керівник: к.с.н., доцент Швець Л.М.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Невід'ємною складовою стабільного економічного функціонування та розвитку транспортного підприємства є формування і вдосконалення системи мотивації персоналу. Основою такого розвитку є досягнення цілей як робітника так і підприємства. Підтримка необхідного рівня виробничо-функціональної віддачі, підвищення ефективності праці робітника ґрунтується на сприйнятті та чутливості індивідуума до чинників мотивації, запропонованих підприємством. Виявлення мотиваційних факторів, здійснення оцінки ступеня їх впливу на робітника на системній основі, підвищує ефективність управління діяльністю підприємства та дає змогу утримувати рівень прибутковості на достатньому рівні.

Теоретичні основи мотивації персоналу підприємства закладені у фундаментальних дослідженнях Врумма В., Герцберга Ф., Лоулера Е., Макклеланда Д., Маслоу А., Мерман Е., Мескона М. та інших учених. Проблемам методології та практичного застосування мотиваційного механізму, управління мотивацією та оцінки роботи персоналу присвячені наукові дослідження учених-економістів: Верещагіної Л.Г., Вілюнаса В.К., Гриньової В.М., Дороніної М.С., Егоршина А.П, Ільїна Є.П., Калини А.В., Кібанова А.Я., Колота А.М., Кулікова Г.Т., Міщенко В.А., Мозенкова О.В., Перерви П.Г., Райко Д.В., Самуокіної Н.В., Семикіної М.В., Сладкевича В.П., Соколової Л.В., Уткіна Є.А. та ін. Проте, незважаючи на широкий спектр існуючих наукових напрацювань у сфері мотивації праці робітників, доцільним є розв'язання кола питань щодо уточнення понятійно-категоріального апарату та розробки методичного забезпечення до формування ефективної системи мотивації персоналу транспортних підприємств.

Мотивація – це бажання людини виконувати певну роботу, зумовлене тим, що це задовольняє ту чи іншу її потребу. В процесі дослідження великої кількості різноманітних поглядів науковців щодо сутності мотивації, визначено доцільність її розгляду у чотирьох аспектних напрямках: вольовий− діяльність людини керується силою волі; енергетично-регулюючий − регулювання витрат енергії індивідуума; процесно-орієнтований − мотивація розглядається як процес, який регулює поведінку щодо досягнення цілі; комплексного розуміння − всебічне врахування впливу внутрішніх та зовнішніх факторів, які визначають дії щодо стимулювання робітника.

На відміну від існуючих, наведене визначення розглядається як процес, керований свідомістю людини, що ґрунтується на обробці та аналізі сукупності внутрішніх мотивів, зовнішніх стимулів та базуються на вольовій мотиваційній активації внутрішніх сил організму на основі енергорегулюючої, соціально-економічної адекватності й доцільності одержуваного результату через задоволення потреб, досягнення цілей робітника й підприємства. Система мотивації персоналу включає в себе взаємопов'язані стратегії, політики, процеси та процедури винагороди працівників галузі. З організаційної точки зору мотивація – це добровільна угода працівника і підприємства про результат праці, який при цьому повинен бути обов'язковим і мати вимірювачі.

Проведене дослідження сутності, форм та методів мотивації персоналу дозволяє побудувати концепцію ефективної системи мотивації персоналу, що базується на оцінці мотиваційних чинників, виокремленні найбільш впливових факторів мотивації робітників та врахування ентропії при оцінці чутливості до мотиваційних факторів транспортного підприємства для забезпечення результативності роботи в довгостроковій перспективі, що створить нові умови розвитку та підвищить його конкурентоспроможність.

РОЗВИТОК МЕТОДИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ В УКРАЇНІ

Автор: студентка групи ПУА-117-м Шостак В. О.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Волошина К.А.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Розробка науково-теоретичних засад ефективного розвитку методичних особливостей публічного управління та адміністрування в України можлива завдяки врахуванню світових тенденцій розвитку теорії державного управління з метою впровадження сучасних концепцій та парадигм у практику державотворення.

Проведення системних перетворень у галузі публічного управління та адміністрування, запровадження принципів демократичності, прозорості, відкритості, ефективності та результативності вимагають постійного наукового супроводу на всіх етапах реформування державного управління в Україні.

Ефективна публічна управлінська діяльність є провідним фактором розвитку сучасної держави, основою забезпечення суспільного прогресу в Україні. Управління треба визначати як наукову систему організації діяльності та як провідну умову ефективного та результативного функціонування органів публічної влади. До найважливіших засад визначення методичних особливостей публічного управління та адміністрування треба віднести оцінку ефективності публічного управління, що необхідна як для державних органів влади, так і для суспільства в цілому.

З теоретичної точки зору оцінку ефективності публічного управління доцільно представляти як процес порівняння результатів прийнятих рішень зі заздалегідь встановленими критеріями, що визначають встановлені цінності, інтереси, цілі й норми.

Критерії ефективності публічного управління необхідно розробляти на підставі системи суб'єктивних цінностей, виражених в ідеології суспільно-державного устрою, в стратегічних цілях, концепціях, політичних установках і нормах системи управління, на яких базуються загальні національно-державні інтереси. Комплексну оцінку ефективності діяльності органів публічної влади треба проводити з урахуванням таких двох напрямків: цільового та функціонального. У якості моделі оцінки публічного управління потрібно використовувати сутнісну модель, що передбачає єдність оцінювання за цілями; оцінювання за результатами; оцінювання за системними компонентами ; оцінювання за інтересами клієнтів та оцінки якості наданих державних послуг.

Ефективність публічного адміністрування як узагальнюючого показника повинна включати як кількісні, так і якісні характеристики, відображати дієвість у досягненні поставлених цілей, економічність у використання наявних ресурсів, продуктивність отриманих результатів як віддачу від витрачених ресурсів, прибутковість як результат функціонування суб'єкта.

АНТИКОРУПЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ЗАПОБІГАННЯ КОНФЛІКТАМ ІНТЕРЕСІВ В ДЕРЖАВНІЙ СЛУЖБІ

Автор: студент групи ПУА-227-м Юрченко В. С.
Керівник: доктор економічних наук, професор Мазурок П.П.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Державна служба є особливим владним інститутом, що здійснює функції державного управління із підготовки та виконання управлінських рішень, за допомогою яких відбувається реалізація державної політики. Державний службовець частіше за інших громадян в змозі опинитися в ситуації, де конфлікт інтересів є реальним і значимим, в результаті чого може постраждати неупередженість думок і з'являється спокуса або мотив забезпечити власні, а не державні інтереси.

Особливі риси конфлікту в державному управлінні проявляються насамперед в сторонах конфлікту, однією із яких обов'язково виступає суб'єкт державного управління, до якого відносяться як державні органи, так і, безперечно, посадові особи, державні службовці, наділені владними повноваженнями, і громадяни. Головною рисою суб'єкта державного управління є наявність у нього певної компетенції і владних повноважень, які дають змогу втілювати свою волю у формі управлінських рішень, керівних команд, обов'язкових до виконання. Владний вплив, що виходить від суб'єкта до об'єкта управління, дозволяє підпорядковувати волю і діяльність останнього волі першого, що в окремих випадках є необхідним для досягнення цілей і вирішення завдань, визначених суб'єктом управління. Відповідно об'єкт державного управління зобов'язаний підкорятися владній волі суб'єкта і в обов'язковому порядку виконувати його рішення.

Конфлікт інтересів на державній службі виникає внаслідок існування можливостей для зловживання владою. Розпорядження владою та участь в управлінні надають державним службовцям можливості управляти значними матеріальними та людськими ресурсами, вони мають широкий доступ до інформації, можуть кардинально впливати на долю конкретної людини, тобто в державному управлінні потенційно існують умови для виникнення конфлікту інтересів.

Особлива правова природа публічно-службових відносин зумовлює необхідність встановлення гнучкого механізму для того, аби уникнути негативних наслідків конфлікту інтересів. Існування конфлікту інтересів породжує недовіру з боку громадян чи організацій до діяльності органів публічної адміністрації і завдає шкоди законним інтересам. Відтак створення законодавчого механізму врегулювання конфлікту інтересів на публічній службі має першочергове значення на шляху запобігання корупції.

На відміну від заходів боротьби, запобігання корупції повинно включати широкий спектр заходів, спрямованих на зменшення її обсягів та обмеження впливу на соціальні процеси, усунення соціальних передумов корупції, причин і умов корупційних правопорушень. Зміна законодавства повинна супроводжуватися одночасною зміною психології осіб, уповноважених здійснювати завдання та функції держави, вони мають усвідомити свою відповідальність перед суспільством. Застосування профілактичних заходів дозволяє запобігти причинам виникнення корупційних проявів.

Державний службовець повинен вжити всіх заходів щодо врегулювання конфлікту інтересів (власного або такого, про який йому стало відомо в інших державних службовців). Отже, способи врегулювання конфлікту інтересів мають забезпечити своєчасність реагування на порушення законодавства і запобігти прийняттю рішень чи вчинення дій в умовах існування конфлікту інтересів.

При реформуванні інституційного забезпечення антикорупційної інфраструктури в частині координації, контролю та моніторингу виконання антикорупційного законодавства необхідним є створення незалежного і неупередженого органу з відповідним кадровим і матеріальним забезпеченням, який би діяв у тісній співпраці з громадянським суспільством, а також забезпечення внутрішньовідомчого контролю за ситуаціями навколо конфлікту інтересів шляхом створення в органах влади спеціально уповноваженого органу (посадової особи) з питань етики державної служби (який був би уповноважений давати висновки щодо наявності чи відсутності конфлікту).

СЕКЦІЯ - 6

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Голова - к.е.н., доц. Панкова М.О.

Співголова - к.е.н., доц. Кузнєцов О.О.

ІНФОРМАЦІЙНА КОМПОНЕНТА ЯК ВАГОМИЙ ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студент групи ПТБ-217м Волковинський В.С.
vladislavvolkovinskij@gmail.com
Керівник: к.е.н., доцент Бублей Г.А.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Безпека підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки є вагомою компонентою національної безпеки та конкурентоспроможності країни.

Захищеність економічних інтересів підприємств забезпечує їх стале функціонування та розвиток в умовах європейської інтеграції України, що сприяє зростанню економіки, формуванню здорового конкурентного середовища та передумов для залучення інвестицій.

Інформація є вагомим чинником виробництва, процесу господарювання підприємств вцілому, вона має вартісні характеристики, що визначаються тим реальним прибутком, який можна отримати від її використання.

Інформаційна безпека - найважливіший елемент системи економічної безпеки підприємництва.

Власник інформації як в підприємницькій, так і в інших сферах, є незалежним в питанні визначення режиму доступу до інформації, крім випадків, передбачених законом, перелік яких має бути вичерпним. Законодавством України визначене поняття «комерційної таємниці підприємства».

Сучасний діловий світ, представлений головним чином фінансово-інформаційними корпораціями, страждає від інформаційного грабежу.

Масштабне і масове протікання процесів, пов'язаних із проявом небезпеки та можливістю завдання збитків, проявляється у вигляді інформаційних війн, масштаби яких в наш час досягли небувалих розмірів і форм прояву.

Для ефективної системи інформаційної безпеки підприємницької діяльності безумовно необхідно, щоб на підприємстві існував інформаційно-аналітичний підрозділ, що є складовою служби безпеки, функціями якого є захист будь-якої інформації організації, висвітлення обстановки всередині і поза межами підприємства, вчасно одержувати випереджальну інформацію і знаходити засоби її оптимального використання. А також, ефективна державна політика, яка передбачає створення загальнодержавної системи інформаційної безпеки.

Обов’язковою умовою створення такої системи є розробка відповідної нормативної бази, розвиток та вдосконалення системи сертифікації систем та засобів захисту інформації, програмних засобів, відтворення системи органів контролю за станом інформаційної безпеки на підприємствах та контроль за їх діяльністю з боку держави, а також вдосконалення системи підготовки та перепідготовки кадрів для роботи в сфері інформаційної безпеки.

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ В МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Автор: студент групи ПТБ-113м Горбаков О.С.
a.gorbakov03@gmail.com
Керівник: к.е.н., доц.. Кузнецов О.О.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Киящка 16-б

Особливості інформаційного забезпечення фінансового аналізу на малих підприємствах вимагають дослідження методики аналізу за виокремленими напрямами аналізу в розрізі спрощених форм фінансової звітності.

Загальноприйнята методика аналізу фінансових результатів вимагає проведення послідовного аналізу доходів і витрат від різних видів діяльності (операційної, інвестиційної, фінансової), процесу формування фінансового результату (прибутку або збитку) та на їх основі відносних показників – рентабельності та прибутковості. Однак узагальнення сум доходів та витрат у системі рахунків бухгалтерського обліку та в спрощених формах фінансової звітності унеможливлює здійснення відповідних аналітичних процедур (розрахунків) у розрізі різ них видів діяльності (виокремлення сум доходів і витрат від різних видів діяльності; аналіз фінансового результату (прибутку чи збитку) від різних видів діяльності; розрахунок відносних показників рентабельності та прибутковості від різних видів діяльності).

Аналіз фінансових результатів доцільно починати з аналізу доходів малих підприємств у розрізі спрощених форм Звіту про фінансові результати. У фінансовому звіті суб'єктів малого підприємництва (ф. 2м) можна виділити п'ять рядків, що розкривають інформацію про доходи малого підприємства: від реалізації продукції, інші операційні доходи та інші доходи, а також загальні підсумки – чистий дохід та разом чисті доходи. У спрощеному звіті суб'єктів малого підприємництва (ф. 2мс) з вищеперелічених доходів окремо не розкриваються інші операційні доходи, однак додається додатковий рядок – доходи, які збільшують фінансовий результат після оподаткування у зв'язку з особливостями оподаткування цієї категорії малих підприємств (мікропідприємств).

На відміну від стандартної форми звіту про фінансові результати, де можна виокремити 5 видів прибутку (валовий, операційний, від звичайної діяльності, від звичайної діяльності до оподаткування, від звичайної діяльності після оподаткування, чистий), у спрощеній формі фінансової звітності розкривається інформація лише про фінансовий результат до оподаткування і чистий прибуток або збиток. Унеможливлення проведення горизонтального і вертикального аналізу прибутку (у зв'язку з його мінімальною інформативністю) зумовлює проведення лише факторного аналізу прибутку від основної діяльності (реалізації продукції, надання послуг, товарів та ін.), який залежить від основних чотирьох факторів, що впливають на рівень прибутку, а саме: обсяг реалізованої продукції (послуг, товарів), структура товарної продукції, собівартість продукції та зміна рівня цін або тарифів.

На розрахунок показників рентабельності малого підприємства впливає зменшений обсяг інформаційної бази щодо розкриття показників прибутку у фінансовій звітності, що вимагає виокремлення таких показників рентабельності, які, по перше, можливо розрахувати в обмежених інформаційних межах, а, по друге, дозволяють отримати повне уявлення про ефективність діяльності малого підприємства. Тому для оцінювання ефективності діяльності малого підприємства найбільш інформаційно корисними є показники розрахунку співвідношення чистого прибутку до рівня продажу, активів, власного капіталу та витрат.

Показники спрощених форм балансу та звіту про фінансові результати дозволяють здійснити аналіз й оцінювання фінансових результатів та фінансового стану малого підприємства для прийняття інформаційно обґрунтованих економічних рішень системою управління і зовнішніми користувачами з виокремленням найбільш суттєвих інформаційних потреб різних категорій користувачів.

ШЛЯХИ ЗБІЛЬШЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студент групи ПТБ-113м Дмитренко О.О.
m.pankova@econom.zp.ua
Керівник: к.е.н., доц.. Панкова М.О.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

В сучасних умовах господарювання показник рентабельності актуальний для великих підприємств, переважно виробничого характеру. Для малого бізнесу його важко визначати, а тому він не є актуальним. Проблема полягає в тому, що ресурси підприємства обмеженні, а отже, виникає питання, як понісши найменші витрати, отримати найбільший прибуток.

На сучасному етапі ефективність діяльності підприємств характеризується відносною дохідністю чи прибутковістю, яка визначається показником рентабельності – тобто співвідношенням прибутку з понесеними витратами. Неефективність використання фінансових ресурсів призводить до низької платоспроможності підприємства і, як наслідок, до зниження рентабельності підприємства.

Рентабельність підприємства напряму залежить від його прибутку. Для одержання максимального прибутку підприємство повинне найбільше повно використовувати ресурси, що знаходяться в його розпорядженні. Збільшення випуску знижує витрати на одиницю продукції, тобто витрати на її виготовлення в розрахунку на одиницю продукції знижуються, а отже, знижується собівартість, що в остаточному підсумку веде до збільшення прибутку від реалізації продукції. При збільшенні випуску і, відповідно, реалізації рентабельної продукції збільшується прибуток у розрахунку на одиницю продукції, а також збільшується кількість реалізованої продукції, кожна додаткова одиниця якої збільшує загальну суму прибутку. Унаслідок цього, збільшення рентабельної продукції, що випускається, за умови її реалізації дає значний приріст обсягу прибутку.

Виходячи з даних опрацьованих мною літературних джерел можна зробити висновок, що чим швидше обертається капітал, тим більша рентабельність. Щоб підвищити показник рентабельності, потрібно скоротити всі витратні статті, а саме: зменшити транспортні витрати; налагодити систему збуту; підвищити продуктивність праці; підприємству необхідно скоротити витрати на виробництво та реалізацію продукції. Необхідність поліпшення ефективності управління, підвищення прибутковості праці, ефективності виробництва, конкурентоспроможності підприємства вимагає проведення реструктуризації підприємства. Реструктуризація в широкому розумінні передбачає комплексність змін, а не зміну тільки однієї сфери функціонування; є постійним інструментом управління, а не реалізації одноразової цілі; може охоплювати майнові перетворення вона може бути спрямована на зміну; підлягає модифікації та коригуванню в ході реалізації. Вона може бути спрямована на зміну майна, структури виробничої програми, структури залученого капіталу, активів, доходів та витрат, структури персоналу, інформації або інших структур.

АНАЛІЗ ЕЛЕМЕНТІВ ЕКОНОМІЧНОГО РИЗИКУ

Автор: студентка группи ПТБ-113м Комісарова М. В.
komissarova131222@gmail.com
Керівник: к.е.н., доц. Кузнєцов О.О.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Економічний ризик складається з певних елементів, якими є: об'єкти; суб'єкти;джерела ризику.

Об'єктом ризику називають економічну систему, ефективність та умови функціонування якої заздалегідь точно не відомі.

Суб'єктом ризику є особа (індивід чи колектив), яка зацікавлена результатом керування об'єктом ризику і має компетенцію приймати рішення щодо об'єктів ризику.

Джерела ризику – це чинники (явища або процеси), які спричиняють невизначеність або конфліктність результатів.

Джерела виникнення ризику можна розділити на такі три групи :

1. Більша частина процесів, що пов'язані з економікою, є принципово індетермінованими. Наприклад, науково-технічний прогрес, про розвиток якого неможливо зробити точний прогноз. Складно передбачити також можливі природні явища, зміни у кліматі, динаміку смаків споживачів тощо.

2. Економічно оптимальна неповнота інформації, адже інколи більш прийнятно працювати з неповною інформацією, ніж отримати надзвичайно дорогу, хоч і відносно повну інформацію. Неповнота інформації, обумовлена обмеженістю потужностей для її обробки (ця обмеженість пояснюється економічними причинами) також входить у цю групу, як і неточності, що виникають внаслідок наближених методів оцінки даних, наприклад вибіркові спостереження і експертні оцінки. Зменшення цих неточностей також потребує певних додаткових затрат.

3. «Організована» невизначеність, або асиметрія інформації спричинена тим, що досить часто певні економічні агенти вважають за потрібне приховувати деяку долю інформації з економічних, політичних чи з інших причин. Наприклад, досить важко передбачити можливості зовнішньо торгівельних операцій із стратегічними товарами. Часом керуючому органу управління складно проаналізувати можливості та зусилля підлеглих підрозділів, і навпаки.

Джерела, що впливають на ризик можна розділити також за сферою прояву:

1. Внутрішні недоліки: у системі управління; організації процесу виробництва;

2. Зовнішні: дії контрагентів; похибки у визначенні попиту; природно-кліматичні умови; зміни ринкової кон'юнктури; зміни економічних факторів; політичні причини.

Присутність усіх трьох елементів ризику є необхідною умовою наявності ризику.

УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТНИМИ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Автор: студент групи ПТБ-113м Кравец В.М.
veronika10007@gmail.com
Керівник: к.е.н., доц.. Панкова М.О.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Управління ризиком передбачає не тільки ідентифікацію, аналіз та оцінку ризику, а й розробку заходів щодо зниження ризику. До методів зниження ризиків належать: розподіл ризику між учасниками проекту (передача частини ризику співвиконавцям);резервування коштів на покриття непередбачених витрат;

зниження ризиків у плані фінансування; страхування; управління витратами.

Сучасні методи управління витратами характеризуються різноманітністю, наявністю декількох методик використання окремого методу як у межах підприємства, так і галузі, а більшість учених виділяють тісний взаємозв'язок перш за все між функціями та методами управління витратами.

Зарубіжний досвід управління витратами, який застосовують вітчизняні підприємства, іноді ще називають новітніми методами, оскільки вони почали використовуватися нещодавно.

Нові методи обліку й калькулювання витрат, поширені в зарубіжній практиці та достатньо ефективні для різних форм господарської діяльності: методи АВС, кайдзен-костинг, таргет-костинг тощо.

Метод АВС-калькулювання слід розглядати як один з найперспективніших методів управління витратами. Недоліками його є складність і трудомісткість.

Метод калькулювання кайдзен-костинг виник у Японії й набуває дедалі більшого поширення на підприємствах США та Європи. Його використовують як механізм зниження й управління витратами. Він передбачає вдосконалення витрат, в якому мають брати участь усі без винятку працівники - менеджери і робітники. Цей підхід дає змогу кожному працівникові, пов'язаному з процесом виробництва, зробити свій внесок у скорочення витрат.

Таргет-костинг - система обліку витрат на основі цільової ціни. Цільовою вважають ціну, котру споживачі можуть заплатити. Процес такого калькулювання полягає в тому, що спочатку визначають найбільш прийнятні для споживачів дизайн продукту та ціну, а потім розробляють виріб.

Метод (система) «Just-in-Time» зводиться до виробництва малими партіями, практично поштучного, з урахуванням використання наявних ресурсів і жорсткої конкуренції на вироблену продукцію (товари, послуги). Система орієнтована на «гарантований» попит за принципом: виробляти продукцію тільки тоді, коли її потребують і тільки в тій кількості, яка потрібна покупцеві. Цей метод можна порівняти з позамовним методом калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг), тільки замовником у цьому випадкові виступає не конкретний покупець, а попит на продукцію.

Українські підприємства застосовують переважно лише класичні, традиційні методи обліку та калькулювання витрат для визначення їх кількісної оцінки. У Методичних рекомендаціях з формування собівартості продукції у промисловості запропоновано застосовувати один із прогресивних методів - стандарт-костинг. На вітчизняних підприємствах цей метод майже не використовують, за винятком незначної кількості підприємств. На відміну від вітчизняної практики, світовий досвід підтверджує доцільність застосування новітніх методик обліку та інструментів економії й зниження витрат.

Отже, в умовах економічної кризи витрати суб’єктів підприємництва або економічні витрати необхідно аналізувати з позицій чітких методологічних орієнтирів, які підказували б дослідникам найкоротший шлях до істини, а в прагматичному плані сприяли їх оптимізації. В умовах кризових явищ економіки для українських підприємств доцільним є використання методу управління витратами «Just-in-Time», котрий забезпечить оптимальний рівень збуту продукції, виробництво продукції тільки у випадках, коли її потребують, з використанням наявних ресурсів.

ВИТРАТИ ВИРОБНИЦТВА І СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ЗНИЖЕННЯ

Автор: студент групи ПТБ-113м Міщенко А. Д.
mishchenkoad@gmail.com
Керівник: к.е.н., доц.. Панкова М.О.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Собівартість продукції являє собою вартісну оцінку використаних у процесі виробництва природних ресурсів, сировини, матеріалів, палива, енергії, основних фондів, трудових ресурсів, а також інших витрат на її виробництво.

Головними задачами розвитку економіки на сучасному етапі є всемірне підвищення ефективності виробництва, а також заняття стійких позицій підприємств на внутрішньому і міжнародному ринках. Собівартість продукції відображає всі сторони господарської діяльності підприємств, їх досягнення і недоліки. Систематичне зниження собівартості промислової продукції - одна з основних умов підвищення ефективності промислового виробництва. Вона робить безпосередній вплив на величину прибутку, рівень рентабельності, а також на бюджет.

Собівартість продукції — це грошовий вираз затрат підприємства на виробництво і реалізацію продукції. Собівартість продукції характеризує ефективність всього процесу виробництва на підприємстві, поскільки у ній відображаються: рівень організації виробничого процесу; технічний рівень; продуктивність праці та інше.

З економічних і соціальних позицій значення зниження собівартості для підприємства полягає у наступному: - у збільшенні прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства, а отже, у появі можливості не тільки в простому, але й розширеному відтворенні; - у появі більшої можливості для матеріального стимулювання робітників і рішення багатьох соціальних проблем колективу підприємства; - у поліпшенні фінансового стану підприємства і зниженні ступеню ризику банкрутства; - у можливості зниження ціни реалізації на свою продукцію, що дозволяє значною мірою підвищити конкурентоздатність продукції і збільшити обсяг продажів.

Основним джерелом зниження собівартості продукції на підприємстві є зростання продуктивності праці. Це обумовлюється тим, що, по-перше, за рахунок зростання продуктивності праці досягається економія заробітної плати, так як зростання продуктивності праці призводить до скорочення витрат на виробництво продукції. По-друге, завдяки зростанню продуктивності збільшується випуск продукції, за рахунок чого досягається зниження собівартості продукції шляхом економії непропорційних витрат.

Друге джерело – застосування альтернативних видів сировини. Застосовуючи альтернативи, буде підвищено якість і конкурентоспроможність продукції і за рахунок цього, звичайно, буде знижено витрати на матеріали.

Не менш важливим чинником, що сприятиме скороченню витрат є дотримання всіх головних принципів ефективного розміщення продуктивних сил: це скорочення шляхів між виробником та покупцем, між виробництвом і сировинною базою.

Для виявлення резервів зниження собівартості необхідно визначити фактори, які обумовлюють це зниження. Під факторами зниження собівартості продукції розуміють усю сукупність рушійних сил і причин, які визначають її рівень та динаміку.

Виявлено такі фактори зниження собівартості продукції: підвищення технічного рівня виробництва, зокрема упровадження нової прогресивної технології, підвищення рівня механізації та автоматизації виробничих процесів; розширення масштабів використання й удосконалення техніки і технології, що застосовується; краще використання сировини та матеріалів; поліпшення організації виробництва і праці, тобто удосконалення управління виробництвом і скорочення витрат на нього; упровадження наукової організації праці; поліпшення використання основних виробничих фондів; поліпшення матеріально-технічного забезпечення; скорочення транспортно-складських витрат тощо; зміна обсягу виробництва, що зумовлює відносне скорочення умовно-постійних витрат у результаті зростання обсягу виробництва; зміна структури, асортименту та поліпшення якості продукції.

Отже, в результаті проведеного дослідження можна зробити висновки, що собівартість продукції на підприємстві залежить від багатьох чинників, зокрема від: продуктивності праці, ефективності виробництва, якості та асортименту продукції, обсягу виробництва, ефективного розміщення продуктивних сил.

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ЗМІСТУ КАТЕГОРІЇ «ЕФЕКТИВНІСТЬ»

Автор: студент групи ПТБ-113м Нікотінєв П.С.
pnikotinev94@gmail.com
Керівник: к.е.н., доц. Кузнецов О. О.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

На сучасному етапі економічного розвитку України необхідною умовою функціонування кожного промислового підприємства є забезпечення ефективності його діяльності. В своїх працях професор Мочерний С.В. дав таке визначення категорії економічна ефективність:

Економічна ефективність – досягнення найбільших результатів за найменших витрат живої та уречевленої праці. Економічна ефективність – конкретна форма вияву закону економії часу, їх зв'язок здійснюється через зростання продуктивності праці її підвищення означає зростання ефективності сукупної праці, збільшення ефективності всього виробництва, зумовленої насамперед прогресом продуктивних сил.

За капіталістичного способу виробництва угазальнюючим показником економічної ефективності є норма прибутку. Для народних підприємств у розвинутих країнах основною метою стає не максимізація прибутку, а максимізація чистого прибутку на одного зайнятого, що не виключає необхідності використання показника норми прибутку.

Більш конкретними показниками економічної ефективності є продуктивність і фондомісткість праці, фондовіддача і фондомісткість продукції, економічна ефективність капітальних вкладень, нової техніки, енергомісткість продукції тощо.

Бойчик І.М. дає таке визначення ефективності: ефективність виробництва - це економічна категорія, яка характеризує ступінь досягнення загальних і часткових результатів від використання усіх ресурсів підприємства.

А. В. Череп пропонує своє бачення цієї категорії. Економічна ефективність – це максимальна вигода, яку можна отримати при мінімальних затратах в процесі економічної діяльності з урахуванням додаткових умов, які мають місце в момент визначення ефективності відповідного господарського заходу. Під господарськими заходами мається на увазі введення нових видів продукції, укладення договорів з постачальниками, покупцями, придбання або модернізація нової техніки, збільшення виробництва продукції тощо.

Поділяючи погляди провідних вчених я визначив би економічну ефективність як досягнення максимального позитивного ефекту при витраті мінімальної кількості наявних ресурсів для отримання максимальної вигоди.

Визначення ефективності виробництва полягає в оцінці його результатів. Такими результатами можуть бути обсяги виготовленої продукції в натуральному чи вартісному виразі або прибуток. Але ж сама по собі величина цих результатів не дає змоги зробити висновок про ефективність або неефективність роботи підприємства, оскільки невідомо, якою ціною отримані ці результати. Тому для отримання об'єктивної оцінки ефективності підприємства необхідно також врахувати оцінку тих витрат, що дали змогу одержати ті чи інші результати. Процес виробництва здійснюється через поєднання факторів, що його визначають: засобів праці (основні засоби), предметів праці (оборотні фонди), робочої сили (трудові ресурси). Крім того, на виробництво впливають також певні організаційні, управлінські, технологічні та інші фактори. Тож за оцінку витрат логічно взяти оцінку всіх перерахованих ресурсів.

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ВІД ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студентка групи ПТБ-217м Осіпова А.В.
nreznikova34@gmail.com
Керівник: к.е.н., доц. Кузнецов О.О.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Механізм управління формуванням прибутку від основної діяльності будується з урахуванням його тісного взаємозв'язку з обсягом реалізації продукції і витрат підприємства. Система цього взаємозв'язку дістала назву «Взаємозв'язок витрат, обсягу реалізації та прибутку» (Cost-Volume-Profit-relationships, CVP). Ця система дає можливість виділити роль окремих чинників у формуванні операційного прибутку з реалізації продукції й забезпечити ефективне управління цим процесом на підприємстві.

Механізм цієї системи передбачає послідовне формування маржинального, валового та чистого операційного прибутку підприємства.

Маржинальний операційний прибуток визначається як різниця між чистим доходом від реалізації продукції та змінними витратами.

Валовий операційний прибуток обраховується відніманням від чистого доходу витрат операційної діяльності.

Чистий прибуток від операційної діяльності розраховується відніманням від валового операційного прибутку податку на прибуток.

У процесі управління формуванням операційного прибутку на основі взаємозв'язку CVP вирішуються наступні завдання:

1. Визначення обсягу реалізації продукції, що забезпечує беззбиткову операційну діяльність протягом короткострокового періоду.

2. Визначення обсягу реалізації продукції, який забезпечує беззбиткову операційну діяльність у тривалому періоді.

3. Визначення необхідного обсягу реалізації продукції, що забезпечує досягнення запланованої суми валового операційного прибутку або визначення запланованої суми прибутку при заданому обсязі реалізації продукції

4. Визначення показника «межі безпеки» («запасу міцності») підприємства, тобто розміру зниження обсягу реалізації продукції в грошових одиницях з несприятливої кон'юнктури товарного ринку, який дає змогу здійснювати прибуткову діяльність. Межа безпеки визначає можливий діапазон маневру підприємства як у ціновій політиці, так і в зниженні кількісного обсягу виробництва та реалізації продукції у процесі здійснення операційної діяльності в несприятливих ринкових умовах. Запас міцності характеризує той обсяг реалізації продукції, який знаходиться в межах між точкою забезпечення запланованої суми операційного прибутку і точкою беззбитковості операційної діяльності.

5. Визначення необхідного обсягу реалізації продукції, що забезпечує досягнення запланованої суми маржинального прибутку підприємства

6. Визначення необхідного обсягу реалізації продукції, що забезпечує досягнення запланованої суми чистого операційного прибутку.

Таким чином, механізм управління формуванням прибутку від операційної діяльності з використанням системи «CVP» ґрунтується на його залежності (чутливості) від таких основних чинників:

- обсягу реалізації продукції у вартісному або натуральному вимірі;
- суми та рівні чистого операційного доходу;
- суми та рівня змінних витрат операційної діяльності;
- суми постійних витрат;
- співвідношення постійних і змінних витрат;
- суми податкових платежів, здійснюваних за рахунок прибутку.

ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ ТЕОРЕТИЧНИХ ОСНОВ УПРАВЛІННЯ ОПЕРАЦІЙНИМИ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Автор: студентка групи ПТБД-117-м Петренко В. В.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Гузенко О.П.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Управління операційними витратами на підприємствах малого бізнесу, є важливим елементом їх успішної роботи та доволі актуальною проблемою дослідження в науковому середовищі. Сучасність обраного напрямку дослідження обґрунтовується також складними умовами функціонування представників малого бізнесу, які потерпають від існуючих недосконалостей законодавчих регуляторів, постійною змінною валютних курсів, значним інфляційним тиском на цінову політику та відсутністю достатнього забезпечення населення грошовим ресурсом, що уповільнює процеси реалізації їх продукції.

Проведенні теоретичні дослідження довели, що операційні витрати підприємств малого бізнесу знаходяться в колі питань постійного вивчення науковцями. Науковці звертають увагу на сутнісну характеристику операційних витрат як економічної категорії, розкривають різні підходи до їх групування на базі класифікаційних ознак, звертають увагу на методи їх аналітичної оцінки та ключових елементів управління. Вивчаючи різні наукові позиції щодо розкриття економічної сутності категорії «операційні витрати» було встановлено, що у більшості випадків їх трактують як виражені в грошовій формі витрати трудових, матеріальних, нематеріальних, фінансових ресурсів на здійснення операційної діяльності. З позиції підприємств малого бізнесу дану категорію визначають як повсякденні витрати компанії для ведення бізнесу, виробництва товарів і послуг. Ми вважаємо, що потребує уточнення змістовність поняття «операційні витрати малого бізнесу». Пропонується їх розглядати як «фактичні витрати, які необхідно нести для забезпечення основного виду діяльності підприємства малого бізнесу у звітному періоді».Такий підхід ми вважаємо більш предметно розкриває місце операційних витрат в управлінських циклах підприємств малого бізнесу.

Серед теоретичних елементів вивчення операційних витрат малого бізнесу одне з провідних місць належить аналітичній оцінці. Мета аналізу операційних витрат полягає в інформаційному забезпеченні та всебічній оцінці досягнутих результатів, їхній оптимізації та обґрунтуванні управлінських рішень щодо подальшої раціоналізації. Для досягнення цієї мети проводять аналіз на основі принципів системного, комплексного та кібернетичного підходів до аналізу економіки. В цілому аналітична оцінка операційних витрат малого бізнесу проводиться на основі способів і прийомів, які притаманні методу економічного аналізу.

Наступним кроком вивчення поставленої проблеми є класичний управлінські блок операційними витратами: планування, оцінка, аналіз та контроль. Управління витратами на підприємствах малого бізнесу мають свої особливості та проблеми: неефективний облік витрат внаслідок обмеженості статистичної інформації про ресурси підприємства та зовнішнє середовище; відсутність системного підходу до управління витратами; обмеженість застосування методів прогнозування та планування витрат на основі типових комп'ютерних програмних засобів, які б гарантували надійність управління витратами. Крім того, малі підприємства діють в умовах високого рівня невизначеності, отже, однією з основних якостей, якими повинна володіти система управління, є здатність швидкої реакції на зміни в зовнішньому середовищі.

За результатами дослідження можна підсумувати, що процес управління операційними витратами підприємств малого бізнесу потребує подальшого дослідження з метою встановлення шляхів їх зменшення, оптимізації в умовах регульованої ринкової економіки.

ПРОБЛЕМА УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ТА ЙОГО РОЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студент групи ПТБ-113м Петренко О.В.
lena.petrenko.1995@gmail.com
Керівник: к.е.н., доцент Бублей Г.А.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Управління асортиментом — одна з найваж ливіших складових конкурентної стратегії будь якої компанії. За останні десятиліття сутність комерційної діяльності зазнала серйозних змін. Ефективна комерційна діяльність забезпечує стійкий фінансовий стан підприємства та його конкурентоспроможність. Керівники багатьох торговельних організацій почали шукати приховані резерви, що дозволяють знижувати фінансове навантаження на ресурси організації і збільшувати рентабельність торговельної діяльності. Одним з таких резервів є ефективне управління товарним асортиментом.

У традиційному трактуванні асортимент — це набір товарів, об’єднаних за однією або сукупністю ознак. А управління асортиментом являє собою діяльність зі складання такого набору.

З позиції комерційної діяльності, управління асортиментом — це сукупність відносин між суб’єктами ринку з підбором таких продуктів, які найкращим чином задовольняють попит покупців, забезпечуючи при цьому максимальну прибутковість на заданому (планованому) проміжку часу.

Сучасний підхід представляє асортимент у вигляді декількох підсистем, сформованих з певною домінантною ознакою. Існує чотири підходи щодо організації комерційної діяльності: виробничий, збутовий, маркетинговий і логістичний. Кожен етап безпосередньо впливає на те, як відбувається управління асортиментом і як продавці взаємодіють зі споживачами.

Кожен підхід до організації комерційної діяльності та управління асортиментом товарів ефективний на «своєму» ринку. Вибір певного підходу дозволяє комерсантам адаптуватися до ринку й отримати бажаний прибуток. Для сучасної вітчизняної економіки оптимальним є маркетинговий підхід. При ньому управління асортиментом набуває особливого значення, оскільки закупівля товарів проводиться у відповідності з попитом, він направлений на повне задоволення потреб покупців.

Оптимальна структура асортименту повинна забезпечувати максимальну рентабельність і достатню стабільність підприємства в цілому. Для більшості українських підприємств основний резерв оптимізації закладений у скороченні асортиментного ряду. Занадто великий асортимент погано по значається на економічних показниках: з'являється багато позицій, які за обсягами продажів не можуть вийти навіть на рівень беззбитковості. Крім цього, великий асортимент змушує розпорошувати сили підприємства, ускладнює грамотну пропозицію товару клієнтові. У результаті 5—10% найменувань то варів "годують" весь асортимент.

Потрібно обов'язково враховувати, що асортимент не можна розширювати бездумно. Адже кожна позиція в асортименті віднімає ресурси підприємства, і кожна повинна бути максималь но вигідною для підприємства. Однак продукти втрачають актуальність, застарівають, тому робота з інвентаризації повинна проводитися регулярно і на основі новітніх методик оцінки ролі продукту і його перспективності на ринку. Крім того, будьяке розширення асортименту неминуче спричиняє збільшення витрат. При цьому позитивні фінансові результати від змін в асортименті можуть мати місце тільки в майбутньому.

Однак, надмірне скорочення асортименту, крім зниження виробничих витрат, може також привести до різкого зниження продажів, тому що вузький асортимент не буде задовольняти споживачів. Необхідно так збалансувати асортимент, щоб підприємство не несло зайвих виробничих витрат, а споживач за лишився задоволений запропонованим йому ви бором продукції. До такого оптимального результату повинні привести методики аналізу і управління асортименту, а саме ABC/XYZ аналіз стосовно продуктового портфеля..

Потрібно відзначити, що ефективність оптимізації асортименту залежить від того, наскільки регулярно вона проводиться. Структура асортименту повинна переглядатися приблизно раз у півроку (ця цифра може варію ватися залежно від галузі та динаміки ринку), а при зміні маркетингової політики — негайно. При цьому занадто частий перегляд структури асортименту також небажаний — для оцінки прибутковості нового асортименту потрібен час.

Крім оптимізації існуючого асортименту, необхідно брати до уваги перспективи виведення на ринок нових продуктів. І вже на етапі планування нового асортименту варто враховувати, який вплив на діяльність компанії буде мати просування на ринок нового товару.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

Автор: студент групи ПТБД-227-м Подкін О. І.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Адаменко М.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Конкурентоспроможність виробника - це його здатність зберігати і розширювати ринки збуту за рахунок комплексної діяльності як по відношенню до якісних і цінових характеристик продукції, так і по відношенню до виробників-конкурентів. Конкурентоспроможність продукції є похідною від конкурентоспроможності організації, Щоб домогтися конкурентоспроможності організації, необхідно за допомогою менеджменту фірми створити такі умови, які сприяли б появі та розвитку нововведень і здібностей.

Першим кроком в цьому може стати вибір найбільш точного і об'єктивного інструменту управління організацією, одним з яких може служити оцінка конкурентоспроможності організації по її потенціалу. Узагальнюючи погляди сучасних економістів, вважаємо, що ресурсний потенціал - це сукупність можливостей в якійсь галузі для досягнення певних цілей.

Управління в сфері конкурентоспроможності базується на вмінні виявляти показники, що визначають вплив якості на рівень конкурентоспроможності і при цьому використовувати їх вплив в потрібних для підприємства напрямках.

Конкурентоспроможність будівельних матеріалів, є похідною від конкурентоспроможності організації, яка в свою чергу залежить від комплексної діяльності як по відношенню до якісних і цінових характеристик продукції, так і по відношенню до виробників-конкурентів.

Ключовим фактором конкурентоспроможності підприємства будівельної галузі є якість управління. Успішна діяльність організації в першу чергу залежить від професіоналізму керівників і фахівців в галузі управління. Проте конкретних стандартів на управлінську діяльність мало, а система контролю цієї діяльності ще повністю не розроблена. Загальна управлінська діяльність в організації будується з управління самої управлінської діяльністю і управління обслуговуючої і виробничою діяльністю. Кожна з цих складових включає в себе стратегічне управління, управління персоналом, зовнішні комунікації та управлінське консультування. Моделювання багатьох управлінських процесів ускладнене тим, що більшість параметрів цих процесів носить розмитий, нечіткий характер, заснований не на кількісних оцінках, а на суб'єктивних уявленнях.

Ситуація, з якою стикаються вітчизняні підприємства будівельної галузі, що стали на шлях системного вирішення проблеми якості, радикально відрізняється від тієї, яка характерна для американських і західноєвропейських компаній, коли вони почали освоювати стандарти ISO серії 9000 і принципи TQM. Регулярний менеджмент для зарубіжних компаній - це природний елемент їхньої організаційної культури, а прозорість діяльності - компонент, необхідний для успішних операцій на ринку капіталу і довірчих відносин з партнерами по бізнесу. Що ж стосується орієнтації на задоволення потреб споживачів, то це звичний для зарубіжних компаній курс, обов'язковий для успішних операцій на конкурентних ринках.

Управління якістю має справу з усією системою розробки, виробництва, експлуатації (споживання) і утилізації товару. Завданням управління якістю є встановлення причин невідповідності, а потім усунення цих причин і забезпечення виробництва будматеріалів продукцією найкращої якості.

Безпосередніми об'єктами управління в даному випадку є споживчі характеристики продукції, фактори і умови, що впливають на їх рівень, а також процеси формування якості продукції на різних стадіях її життєвого циклу. Специфікою галузі є підлеглий характер споживчих характеристик, що задаються вимогами будівельних організацій і нормативними вимогами державних органів управління. Суб'єктами управління є різні органи управління та окремі особи, що функціонують на різних ієрархічних рівнях і реалізують функції управління якістю відповідно до загальноприйнятих принципів і методами управління.

До складу спеціальних підсистем механізму управління якістю продукції входять підсистеми стандартизації, випробувань продукції, профілактики браку у виробництві, атестації та сертифікації.

Процесна модель підприємства будіндустрії є основою для проведення аналізу процесів, який часто призводить до висновків про необхідність зміни процесів, як з технологічної, так і з організаційної • точок зору, для підвищення ефективності функціонування * організації в цілому - збільшення прибутку, зниження витрат, підвищення якості продукції, збільшення виробничого потенціалу і т.д.

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студент групи ПТБ-113м Попович В. Ю.
onelove33333@ukr.net
Керівник: к.е.н., доц.. Панкова М.О.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Система управління оборотним капіталом - важливим елементом підвищення ефективності функціонування підприємств, і як наслідок всієї економіки України, набуває особливої актуальності.

В сфері економіки та бізнесу відбуваються зміни, що супроводжуються трансформацією бізнес-процесів та систем. Питання спроможності виживання підприємства в сучасному середовищі, комерційний успіх і стійкий розвиток - своєчасне і актуальне.

Отже, ефективність управління оборотним капіталом для підприємства має важливе значення. Адже оптимальне управління оборотними активами веде до збільшення доходів і зниження ризику дефіциту, покращення інвестиційного клімату в країні (приплив іноземного капіталу). Правильне управління дозволить максимізувати прибуток і мінімізувати комерційний ризик.

Оборотний капітал або оборотні (поточні) активи це сукупність майнових цінностей підприємства, що обслуговують поточний господарський процес і цілком споживані протягом одного операційного циклу. Часто поняття оборотного капіталу розглядають як рішення по короткостроковому фінансуванню, що узагальнюють за назвою управління оборотним капіталом. Оборотний капітал складається з коштів і інших ліквідних активів, що можуть бути конвертовані в грошові кошти протягом року або операційного циклу. Склад оборотних активів розрізняється в залежності від області діяльності підприємства.

Найбільш цілісне визначення сутності управління оборотним капіталом можна дати, ознайомившись з роботами відомого науковця І.О.Бланка, за яким управління оборотним капіталом являє собою систему принципів та методів розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних із встановленням оптимальних параметрів його обсягу і структури, задоволенням потреб підприємства в окремих його видах та залученням з різних джерел і в різноманітних формах для здійснення господарської діяльності підприємства, забезпеченням умов оптимізації процесу його обертання.

Проте, система управління оборотними активами підприємства потребує подальших досліджень, спрямованих на удосконалення та конкретизацію її функцій з позиції адаптації до сучасного етапу розвитку торговельних підприємств та економіки України в цілому.

Більш високу доходність, більшу ефективність оборотного капіталу можна одержати в результаті підвищення коефіцієнта прибутковості продажу продукції або коефіцієнта оборотності оборотних активів. Коефіцієнт прибутковості можна підвищити шляхом скорочення витрат або підвищення продажних цін. Проте при зростанні продажних цін можливе падіння попиту й наступного за цим зменшення показника оборотності активів. Якщо більш високі ціни призведуть до зниження товарообігу, то збільшення коефіцієнта прибутковості може компенсуватися падінням оборотності активів, тому загальна доходність оборотного капіталу може не покращитися.

Функціонування оборотних коштів розпочинається з моменту їх формування і розміщення. Раціональне розміщення як складова управління оборотним капіталом має певні особливості не лише в різних галузях, а навіть і на різних підприємствах однієї галузі. Визначальними тут є такі чинники: вид господарської діяльності, обсяг виробництва; рівень технології та організації виробництва; термін виробничого циклу; система постачання необхідних товарно-матеріальних цінностей і реалізації продукції та ін.

Отже, підвищення ефективності управління оборотним капіталом можна досягти за допомогою:

1. Збільшення власного оборотного капіталу за рахунок: збільшення довгострокового зобов’язання; зменшення вкладання ресурсів в необоротні активи, але не за рахунок зниження нормального функціонування; збільшення статутного капітал за рахунок зниження дивідендів.

2. Зниження поточних фінансових витрат: зниження дебіторської заборгованість; збільшення кредиторської заборгованість за рахунок збільшення строку розрахунку з постачальниками.

3. Оптимізації запасів у підприємстві.

Дослідження даної теми показує, що на даний час не існує єдиного обґрунтованого підходу до розв’язання проблеми ефективності управління оборотними активами в умовах розвитку ринкових відносин. Різноманіття методів і моделей управління оборотними активами не завжди відображають можливі варіанти ситуацій і не завжди дозволяють використовувати готові рішення в діяльності підприємств при невизначеному політичному кліматі. Все це спонукає до формування нових завдань і пошуку їх рішення.

ОКРЕСЛЕННЯ ОСНОВНИХ ТЕОРЕТИЧНИХ АСПЕКТІВ УПРАВЛІННЯ ВЛАСНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Автор: студент групи ПТБД-117-м Прокопенко Н. О.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Гузенко О.П.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

На даний час підприємства малого бізнесу проводять свою діяльність під впливом тих економічних викликів, які супроводжують кризові аспекти. З метою підтримки власної конкурентоспроможності зазначені підприємства активно займаються нарощуванням власних ресурсів фінансування, що в певній мірі забезпечує формування власного капіталу. Крім того нестабільна законодавча база та надмірне податкове навантаження значно знижують можливість розробки дієвої управлінської ланки власним капіталом малого бізнесу, а як наслідок виникає нагальна потреба зміни підходів до управлінського сегменту в загальній системі розвитку даних підприємств взагалі

Проблематичні аспекти накопичення власного капіталу підприємствами малого бізнесу лежать також в площині зниження рівня платоспроможності населення. Це пов'язано з тим, що в Україні відбуваються змінні процеси формування соціально-економічної політики, відмічається зниження доходів домогосподарств, нівелюються існуючи їх накопичення, зростає рівень інфляційного навантаження, обтяжливими та доволі високими є комунальні платежі тощо. Наслідком таких подій виступає зменшення ринку попиту на продукцію підприємств малого бізнесу, що знижує його дохід, а на цій основі практично відсутня можливість формування достатнього рівня власного капіталу.

Враховуючи вищевикладене постає питання вдосконалення тих правлінських важелів на які може вплинути безпосередньо підприємство малого бізнесу, тобто внутрішні чинники розвитку. У нашому випадку на першому етапі варто визначити ключові сегменти управління власним капіталом представників малого бізнесу, що сприятиме більш предметному розгляду пропозицій вдосконалення його в майбутньому.

В основу теоретичного аспекту управління власним капіталом підприємств малого бізнесу покладено сутнісну характеристику понятійної категорії, аналітичний аспект оцінки поведінки власного капіталу та управлінський сегмент з позиції загальної системи розвитку підприємств малого бізнесу та виокремленний елемент, що характеризує сам власний капітал. У більшості наукових працях власний капітал малого бізнесу характеризується як джерело власних фінансових ресурсів, яке здатне впливати на процеси забезпечення формуванні як основного так і оборотного капіталу. В основу аналітичної оцінки поведінки власного капіталу підприємств малого бізнесу покладено класичні методи економічного аналізу, а саме способи і прийоми обробки даного інформаційного ресурсу. Управлінський цикл власним капіталом підприємств малого бізнесу включає як суб'єкт управління, так і об'єкт, які тісно взаємодіють між собою та включають чітко визначенні складові. В цілому теоретична база управління власним капіталом підприємств малого бізнесу практично тотожні з загальною теорією управління, котра включає план, аналіз, корегування та контроль за виконанням наміченої величини власного капіталу.

Вищевикладене підкреслює актуальність та сучасність обраного напрямку дослідження та вказує на доцільність поглиблення процесу вивчення проблем розвитку управління власним капіталом підприємств малого бізнесу. Ми вважаємо поглиблене дослідження ключових сегментів зазначених управлінських важелів призведе до підвищення якісної складової дослідження, а на цій основі створяться умови для розробки більш дієвих пропозицій щодо удосконалення предмету вивчення.

БАНКРУТСТВО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЗАГРОЗА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕЦІ ДЕРЖАВИ

Автор: студент групи ПТБ-217м Прудніков К.Г.
konstantinprudnikov05@gmail.com
Керівник: к.е.н., доцент Бублей Г.А.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

В сучасних умовах спостерігається нарощування негативних тенденцій, котрі впливають на результативність діяльності підприємств та спричиняють збільшення кількості збанкрутілих підприємств. Це негативно впливає на рівень економічної безпеки держави та може поставити під загрозу саме існування соціально-економічної системи країни, яка є основною складовою її суверенітету.

Банкрутство підприємства характеризується його неспроможністю задовольнити вимоги кредиторів щодо оплати товарів, послуг, робіт а також забезпечити обов'язкові платежі в бюджет і позабюджетні фонди.

Банкрутство підприємств в Україні є поширеним явищем сьогодення. Досить велика кількість підприємств щороку проходить процедуру банкрутства, наслідком якої може бути їх ліквідація.

Актуальність проблеми банкрутства підприємства в Україні особливо загострюється у зв'язку з кризовими явищами в економіці країни як в цілому, так і на рівні кожного окремого підприємства.

Причини банкрутства підприємств можуть бути найрізноманітнішими. Їх можна поділити на дві групи: зовнішні, які дуже важко, а іноді неможливо врахувати та внутрішні, що безпосередньо залежать від форм, методів та організації роботи на самому підприємстві.

До основних заходів забезпечення економічної безпеки держави за рахунок попередження банкрутств підприємств, доцільно віднести множину інструментів державної економічної політики, котрі мають на меті досягнення цілей економічного зростання, покращення рівня зайнятості, цінової стабільності, і суттєво, хоча опосередковано, впливають на діяльність підприємств в Україні. Гармонізація режиму оподаткування у бік зменшення податкового тиску на підприємства у кризовий період також сприяє зменшенню вірогідності банкрутств підприємств. Важливим заходом у царині забезпечення економічної безпеки держави за рахунок попередження банкрутств підприємств є збільшення відкритості та прозорості ведення бізнесу в Україні.

КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ БІДНОСТІ ПРАЦЮЮЧОГО НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

Автор: студент групи ПТБ-118м Роздобудько В.В.
vladrozdob@ukr.net
Керівник: к.е.н., доц. Кузнецов О.О.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

На нашу думку, оцінку бідності працюючого населення доцільно диференціювати за різними рівнями малозабезпеченості працюючого населення. Це дозволить адекватно оцінювати матеріальне становище працюючої частки населення й дослідити, зокрема, масштаби поширеності бідності серед досліджуваної категорії населення. Пропонується виділити три якісні рівні малозабезпеченості працюючих людей в Україні:

І – рівень бідності працюючих (найнижчий рівень у структурі малозабезпеченості). На рівні бідності працюючих розмір доходу, отримуваного зайнятою особою, дозволяє без зусиль задовольнити її фізіологічні та деякі соціально-культурні потреби, однак задоволення останніх повним обсягом недоступне. Існування людини на цьому рівні споживання тривалий час неможливе та часто призводить до деградації особистості. За основу встановлення межі бідності працюючих слугує показник 1,00 прожиткового мінімуму (далі ПМ). Відповідно, зайняті особи, які отримують дохід від трудової діяльності нижче або на рівні 1,00 ПМ, складають категорію бідних працюючих.

ІІ – рівень низької оплати праці працюючих (середній рівень у структурі малозабезпеченості). На цьому рівні розмір доходу, отримуваного працюючою особою, дозволяє задовольнити її основні соціально-культурні потреби, але задоволення більш високих і складних потреб (професійне навчання, перекваліфікація, отримання якісних медичних послуг тощо) є недоступним.

Критерій визначення переходу від категорії бідних працюючих до категорії низькооплачуваних працюючих пропонується встановити в межах 1,01–1,50 ПМ. Працівники з доходом від трудової діяльності на цьому рівні малозабезпеченості формують категорію низькооплачуваних працівників. Слід зазначити, що ПМ для працездатних осіб щільно пов’язаний із показником мінімальної заробітної плати (далі – МЗП), що виступає соціальним нормативом встановлення найнижчого рівня оплати праці. Згідно з вимогами Європейської соціальної хартії, співвідношення МЗП та ПМ повинно складати не менше 2,5:1,0. У зв’язку з обмеженими можливостями Державного бюджету України вітчизняні науковці дотримуються думки, що це співвідношення в Україні нині має перебувати в межах 1,5–2,0 ПМ.

Саме ці коефіцієнти слугували базисом для вставлення ІІІ рівня малозабезпеченості працюючих на основі ПМ.

ІІІ – рівень помірно низької оплати праці працюючих (найвищий рівень у структурі малозабезпеченості). На рівні помірно низької оплати праці зайнята особа здатна помірно задовольнити свої основні, у тому числі більш високі та складні, соціально-культурні потреби. При цьому працююча особа може забезпечити собі належний спосіб життя, який хоча й значно нижче середнього, однак достатньо високий, щоб не дозволити людині деградувати, «опуститися на соціальне дно»15. Проте працююча особа не може дозволити собі купівлю житла, особистого транспорту, сучасної побутової та електронної техніки тощо.

Для сучасного етапу соціально-економічного розвитку України це є типовою проблемною особливістю рівня життя українського суспільства. Вирішення проблеми доступності зазначених потреб для населення, зокрема й працюючого, є можливим лише шляхом розробки та реалізації відповідних заходів і соціальних програм на рівні органів законодавчої влади. Межу цього рівня малозабезпеченості працюючих, відповідно до аргументів, наведених вище, пропонується визначити показником 1,51–2,00 ПМ.

Працівники з розміром доходу від трудової діяльності на цьому рівні малозабезпеченості формують категорію помірно низькооплачуваних працівників.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗРОБКИ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Автор: студент групи ПТБ217м Сердюк Д. Р.
di.serdyuck0201@gmail.com
Керівник: к.е.н., доц.. Панкова М.О.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Дещо інша структура бізнес-плану прийнята при отриманні кредитів в західних банках. В цьому випадку бізнес-план включає, як правило, наступні розділи:

1. Введення і загальна інформація. У розділі вказується юридична форма підприємства, даються короткий опис його діяльності, історія недавніх і поточних важливих подій.

2. Оцінка вкладу. Показуються окремі важливі характеристики діяльності підприємства : позиції на ринку, репутація, система продажів та ін.

3. Опис продукції і ринку збуту.

4. Дослідження і розробки. Відбиваються основні напрями досліджень, включаючи найважливіші програми і ініціативи.

5. Виробництво і виробничі потужності. Описується стан виробництва і виробничих потужностей підприємства.

6. Персонал і трудові стосунки.

7. Організація і управління. Окрім загальних організаційних схем наводяться короткі біографічні дані вищих посадовців і інших керівних співробітників.

8. Юридичні матеріали. Коротко описуються найбільш значимі минулі і справжні судові і арбітражні справи у зв'язку з виробничою діяльністю.

9. Фінансова інформація. Розглядаються фінансові звіти за останні п'ять років і наводиться п'ятирічний прогноз фінансового стану.

10. Ліквідність. Наводяться результати аналізу заборгованості, стану обігових коштів, опис статей оподаткування компанії, її боргів.

11. Договори. Даються описи усіх договорів або угод, в яких бере участь підприємство.

12. Інші питання бухгалтерського обліку. Коротко характеризується незареєстроване майно (квартири, готелі, лікарні, профілакторії та ін.). \

Ще коротшу схему бізнес-плану пропонує Г. Берл. Вона включає наступні розділи:

1. Мета заявки, включаючи необхідну суму коштів, способи погашення позики і його забезпечення.

2. Особисті кошти. Тут важливо показати власний вклад засновника справи, його партнерів, членів його сім'ї.

3. Опис бізнесу. Наводяться кількісні показники, вказуються організаційно-правова форма підприємства, його місцезнаходження, адреса, число зайнятих. Тут потрібно показати товари або послуги, які робитимуться або виконуватимуться, викладуть коротку історію підприємства, перспективи розвитку, представлять зону маркетингу, конкуренцію споживачів і постачальників фірми.

4. Управління. Розділ включає відомості про освіту і попередній досвід кожного з власників, а також тих, хто безпосередньо управлятиме підприємством.

5. Фінансові прогнози і показники підприємства. Якщо це нове підприємство, то необхідно показати власний капітал власника, скласти плановий баланс, привести прогнозні оцінки. При цьому слід зарезервувати певні засоби для несподіваних зльотів і падінь. По діючому підприємству потрібно буде уявити балансові звіти про прибутки і збитки за останні два-три роки, а також дані про його сьогоднішній стан. До цих п'яти розділів необхідно скласти 11 допоміжних форм.

Форма 1. Мета і обгрунтування заяви на надання позики.

Форма 2. Особиста фінансова декларація.

Форма 3. Детальний опис підприємства.

Форма 4. Аналіз ринку.

Форма 5. Конкуренти.

Форма 6. Розміщення підприємства.

Форма 7. Працівники підприємства.

Форма 8. Управління.

Форма 9. Фінансова інформація для створюваного або такого, що розширюється підприємства.

Форма 10. Фінансова інформація при купівлі діючого підприємства.

Форма 11. Коротке резюме для керівника.

У своїй книзі "Керівництво по складанню бізнес-плану", що витримала сім видань, Д. Г. Бенз називає пропоновану їм структуру бізнес-плану "орієнтиром при написанні бізнес-плану". Автор пропонує і розглядає структуру бізнес-плану, що складається з трьох великих розділів.

Розділ 1. Підприємство. Опис підприємства. Товари або послуги. Інформація по маркетингу. Місцезнаходження. Конкурентне середовище. Управління. Кадри. Цільове призначення кредиту і його передбачувана віддача. Резюме.

Розділ 2. Фінансові відомості. Джерела фінансування і призначення засобів. Перелік основних засобів. Баланс. Аналіз беззбитковості. Плановані доходи: - зведення на майбутні три роки; - щомісячне розбиття на перший рік; - поквартальне розбиття на другий і третій роки; - пояснювальні записки.

Розділ 3. Допоміжні документи.

У складі допоміжних документів - форма заявки на отримання фінансування, зразок резюме, зразок листа про наміри, зразок рекомендаційного листа та ін. Багато західних авторів обертають увагу на оформлення бізнес-плану : якість паперу, друку, теки, кріплення листів. Його зовнішній вигляд може зробити на того, що читає документи певне враження. Бездоганно написаний, надрукований без помилок документ повинен демонструвати упевненість в успіху і викликати довіру.

Г. Берд приводить характеристику зразкового бізнес-плану, яку схвалив підприємницький форум - мозковий трест ділових керівників дев'яти районів різних штатів США. Об'єм бізнес-плану не має бути більше 40 сторінок. Він повинен мати спіральне кріплення. На обкладинці наводиться назва компанії, на титульному аркуші - назва компанії, адреса і номер копії. У кінці дається зміст.

План починається коротким резюме на двох сторінках, в якому розповідається про операції, що проводяться компанією нині і про її плани.

У тексті наводяться детальні відомості про провідних працівників і інвесторів, а також відгуки консультантів по бухгалтерському обліку і юрисконсульта, підтверджувальні прогнози розвитку.

У бізнес-плану, визнаного зразковим, була ще одна особливість: кожна сторінка була надрукована тільки з правого боку. Ліва сторона залишалася порожньою, за винятком невеликого параграфа, де ліворуч в коротких, чітких реченнях перераховувалися особливості змісту тексту, поміщеного в правій частині сторінки. Прочитавши текст на лівій стороні, що цікавиться міг отримати повне уявлення про зміст усього бізнес-плану. За бажання він міг повернутися назад і прочитати увесь текст, помішаний на сторінках справа.

ПАРАМЕТРЫ ОЦЕНКИ РИСКОВ В ИНВЕСТИЦИОННОМ ПРОЕКТЕ

Автор: студентка группы ПТБ-114м Сорокина В.В.
vikky.volodimirovna@ukr.net
Руководитель: к.э.н., доц. Кузнецов О.А.
ЗИЭИТ, Украина, г.Запорожье, ул. Кияшко 16-б

Под рисками инвестиционных проектов понимается, как правило, предполагаемое ухудшение итоговых показателей эффективности проекта, возникающее под влиянием неопределенности. В количественном выражении риск обычно определяется как изменение численных показателей проекта: чистой текущей стоимости (NPV), внутренней нормы доходности (IRR), срока окупаемости (PBP).

Результатом качественного анализа рисков является описание: неопределенностей, присущих проекту, причин, которые их вызывают, как результат, рисков проекта.

Для описания удобно использовать специально разработанные логические карты проекта -список вопросов, помогающий выявить существующий риск.

Существует несколько основных методик проведения количественного анализа: анализ влияния отдельных факторов (анализ чувствительности), анализ влияния комплекса факторов (сценарный анализ), имитационное моделирование (метод Монте-Карло).

Анализ чувствительности - это стандартный метод количественного анализа, который заключается в изменении значений критических параметров, подстановке их в финансовую модель проекта и расчете показателей эффективности проекта при каждом таком изменении. Анализ чувствительности можно реализовать, как с помощью специальных программных пакетов ProjectExpert, Альт-Инвест, так и программы Excel.

Анализ чувствительности очень нагляден, однако главным его недостатком является то, что анализируется влияние только одного из факторов, а остальные считаются неизменными. На практике, обычно, изменяются сразу несколько показателей. Оценить подобную ситуацию и скорректировать ЧТС проекта на величину риска помогает сценарный анализ.

Сценарный анализ: для начала необходимо определить перечень критических факторов, которые будут изменяться одновременно. Для этого, используя результаты анализа чувствительности, можно выбрать 2-4 фактора, которые оказывают наибольшее влияние на результат проекта. Рассматривать одновременно большее количество факторов не имеет смысла, поскольку это только усложняет расчеты.

Обычно рассматривают три сценария: оптимистический, пессимистический, наиболее вероятный.

При необходимости их число можно увеличить, в каждом из сценариев фиксируется соответствующие значения отобранных факторов, после чего рассчитываются показатели эффективности проекта.

В случае, когда точные оценки параметров задать нельзя, а аналитики могут определить только интервалы возможного колебания показателя, используют метод имитационного моделирования Монте-Карло.

Данная методика оценки эффективности инвестиционного проекта основанная на показателе риск-приоритетность позволяет принимать обоснованное решение о целесообразности реализации проекта.

ОКРЕМІ ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Автор: студент групи ПТБД-117-м Стрельцов Д. О.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Гузенко О.П.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Важливою запорукою збільшення прибутку підприємства малого бізнесу є забезпеченість виробничого процесу необхідними активами в необхідній кількості та їх ефективне використання для нормального функціонування підприємства. Постає питання не лише ефективного використання активів малого бізнесу, а й перш за все постійно вдосконалювати систему управління даною категорією. Дослідження показують до складу окремих питань управління активами підприємств малого бізнесу варто включити: сутнісний аспект даної категорії, аналітичні особливості оцінювання активів, а також основи управлінського сегменту.

Вивчення наукових джерел показало, що система управління активами підприємств малого бізнесу має низка невирішених проблемних питань. Особливої уваги потребує питання трактування терміну «активи». Так, на сьогодні різко виділяються розбіжності у назві та визначенні засобів, під якими в економіці розуміють активи малого бізнесу(далі – Ак. м.б.). Крім того, відсутня чітка відповідь на питання, що саме з позиції податкового, цивільного та господарського законодавства відображає у бухгалтерському обліку суб'єкт господарювання малого бізнесу активи, майно або ресурси. Термін «актив» походить від латинського слова actives – діючий, діяльний. Вчені зазначають, що на сьогоднішній день не сформовано єдиних підходів до трактування категорії «актив».

Більшість авторів не повністю розкривають економічну сутність і природу даної категорії, а лише визначають їх призначення, не надаючи чіткого тлумачення. За результатами проведених досліджень встановлено, що науковці пропонують при трактуванні категорії Ак.м.б. залучати два ключових підходи: предметно-речовий (вкладені фінансові ресурси підприємства, які вкладено в господарські засобів.) та витратно - результативний (відображення інформаційно-комунікаційної функції обліку з її націленістю на майбутнє, на той дохід, який в принципі можливо отримати при розумному та ефективному використанні засобів, які є в наявності у підприємства малого бізнесу) Ми вважаємо поняття Ак.м.б. слід розуміти сукупність матеріальних і нематеріальних цінностей, які мають грошову оцінку, а також вартостей, у вигляді зносу, резерву, гудвілу тощо, формування та використання яких призведе до отримання економічних вигод у майбутньому.

Наступним кроком виступає аналітична оцінка Ак.м.б., яка включає базові канони економічного аналізу та забезпечує отримання додаткового інформаційного ресурсу для прийняття управлінських рішень. В цілому аналітичний цикл має декілька етапів: підготовчий, аналітичний та заключний. Взаємозв'язок між ними відбувається в період виконання певних дій аналітиком. Для аналітичних процедур активи розмежовують на основні і оборотні, що сприяє більш детальному вивченню поведінки їх складових.

В основу управлінського циклу покладено принцип результативного взаємозв'язку складових Ак.м.б. Мається на увазі розробка управлінських схем з позиції основних і оборотних активів малого бізнесу. Крім того система управління Ак.м.б. включається до загального управлінського циклу підприємством малого бізнесу. Наслідком таких подій виступає підвищення результативності управлінського рішення , яке в комплексі передбачає розробку заходів як формування так і більш ефективного використання Ак.м.б.

На даний час проблема якісного управління Ак.м.б. є доволі актуальною та сучасною так як малий бізнес потерпає від впливу недосконалого законодавчого поля, інфляційних коливань, зниження попиту на продукцію за рахунок зубожіння населення країни, що викликає необхідність розробки заходів удосконалення управління предметом вивчення на основі за діяння внутрішніх резервів представника малого бізнесу.

ІННОВАЦІЇ ЯК ФАКТОР ДОСЯГНЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студентка групи ПТБ-118м Ткаліч Т.П.
tptkalich@gmail.com
Керівник: к.е.н., доц. Кузнецов О.О.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Киящко 16-б

Ефективне здійснення інновацій дозволяє створити визначальні стратегічні переваги в найбільш конкурентних галузях. Підприємства – лідери досягають конкурентних переваг завдяки інноваціям – шляхом використання як нових технологій, так і методів роботи, але після досягнення переваг утримання їх стає можливим тільки шляхом постійних вдосконалень, тобто безперервних інновацій. Таким чином, на сучасному етапі світового економічного розвитку головною ознакою конкурентоспроможності стає її інноваційність, тобто здатність системи до безперервного розвитку, оновлення та змін діяльності на основі засвоєння нововведень. Інноваційність також означає використання наявного науково-технічного, інформаційного та інтелектуального потенціалу з метою подальшого розвитку, підвищення результатів діяльності та якості життя.

Інноваційність спирається на процес удосконалення, відкриття нового, тобто на ефективне засвоєння та впровадження нововведень, спрямованих к на оновлення технологій, техніки, організації виробництва та розроблення нової продукції, так і на проведення соціальних інновацій, спрямованих на ефективну зміну поведінки персоналу з метою отримання запланованих результатів. Саме поєднання всіх складових дозволяє системі не тільки вижити в умовах загострення конкуренції, але й досягти необхідного рівня конкурентоспроможності.

Цікавим є погляд на інновації як важливий елемент формування стратегій, а також бізнес-моделей, які кореспондують з ними. Особливо важливою науково-дослідною проблемою праці є структури та принципи побудови сучасних бізнес-моделей, в яких особливу роль відіграють різні форми інновацій. Можливий склад елементів інноваційної бізнес моделі, який містить чотири найважливіші елементи, а саме: базова стратегія, стратегічні запаси, зв'язок і стосунки з клієнтами, цінності мережі. Всі вони взаємопов'язані, створюючи характерні три "мости", що наведені нижче:

1. Базова стратегія ⇒ конфігурація дій ⇒ стратегічні засоби

2. Базова стратегія ⇒ користі для клієнта ⇒ зв'язок і стосунки з клієнтами

3. Стратегічні засоби ⇒ границі діяльності підприємства ⇒ цінність мережі.

Підставою побудови моделі, а, отже, і її елементів, а також поєднувальних "мостів", є потенціал прибутку. Виділяють чотири чинники, які детермінують потенціал: ефективність; унікальність; внутрішню зумовленість; задуми і здатність до створення прибутку.

Найважливішими перевагами описаної моделі є трактування її елементів однаковою мірою як джерел інновації, так і сфер їхньої аплікації, а також ідентифікація істотних з погляду впровадження інновацій зв'язків між окремими елементами моделі. В її структурі дуже сильно експонуються стосунки з ринком, переважно з клієнтами, але також з коаліціонерами, постачальниками і партнерами. Для результативності моделі великою мірою вирішальними є внутрішні зв'язки (мости) між складовими моделі, як і зовнішні стосунки. Оригінальним можна визнати підхід, який трактує здатність до формування багатства (цінності) як найвищу мету інноваційної концепції бізнесу, становить критерій його оцінки.

На сьогоднішній момент немає країни, де економічне змагання за лідерство на світових ринках не було пов'язано з інноваціями. Ще більшою мірою це стосується нашої держави, адже створити і особливо утримати національні конкурентні переваги, реалізувати їх в економіці глобального ринку можна лише шляхом інноваційного розвитку. Таким чином, основою нового стратегічного курсу, його визначальним пріоритетом для нашої країни мають стати розроблення та реалізація програми, спрямованої на інноваційний розвиток.

ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВ

Автор: студентка групи ПТБ-113м Хорошайлова Г.В.
a.v.horoshaylova@gmail.com
Керівник: к.е.н., доц. Кузнецов О.О.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшко 16-б

Під фінансовою кризою розуміють фазу розбалансованої діяльності підприємства та обмежених можливостей його впливу на фінансові відносини. На практиці з кризою, як правило, ідентифікується загроза неплатоспроможності та банкрутства підприємства, діяльність його в неприбутковій зоні або брак у фірми потенціалу для успішного функціонування.

Фактори, які можуть спричинити фінансову кризу, поділяються на зовнішні, або екзогенні(які не залежать від діяльності підприємства) та внутрішні, або ендогенні (що повністю визначаються умовами діяльності самого підприємства).

Головними зовнішніми факторами є ринкові, національні та міжнародні. Ринкові фактори включають психографічні, науково-технічні та фактори конкуренції. Національні фактори складаються з економічних, політичних та демографічних. Міжнародні фактори формуються з урахуванням загальноекономічних, міжнародної конкуренції та стабільності міжнародної політики.

Головними внутрішніми факторами є принципи та шляхи діяльності, конкурентоспроможність продукції, можливості залучення та використання ресурсів, необхідні маркетингові стратегії, фінансовий та інвестиційний менеджмент.

Розрізняють три види кризи.

Стратегічна криза. Виникає, коли на підприємстві зруйновано виробничий потенціал та відсутні довгострокові фактори успіху.

До першопричин цього виду кризи відносять: неправильно визначене місце розташування підприємства; недосконале прогнозування та планування; погану асортиментну та збутову політику; дефіцит організаційної структури; неправильну політику диверсифікації; форс-мажорні обставини та інше.

Криза прибутковості. Виникає, коли перманентні збитки вихолощують власний капітал і це призводить до незадовільної структури балансу.

До першопричин цього виду кризи відносять: несприятливе співвідношення ціни та собівартості; ризик великих проектів; зростання собівартості при стабільних цінах; зменшення обігу від реалізації продукції; заскладованість; неефективна маркетингова політика тощо.

Криза ліквідності. Виникає, коли підприємство неплатоспроможне або існує реальна загроза втрати його платоспроможності.

До першопричин цього виду кризи відносять: незадовільну структуру капіталу; незадовільну роботу з дебіторами; надання незабезпечених товарних кредитів; високий рівень кредиторської заборгованості; форс-мажорні обставини тощо.

Перелічені види кризи мають тісні причинно-наслідкові зв’язки: стратегічна криза спричиняє кризу прибутковості, яка у свою чергу призводить до втрати ліквідності.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Автор: студент групи ПТБ-113м Чорненко Л.О.
chornenkolo1996@gmail.com
Керівник: к.е.н., доцент Бублей Г.А.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

На сучасному етапі конкурентний ринок характеризується стрімким зростанням вимог споживачів, що свідчить про посилення конкурентної боротьби, зміцнення позицій конкурентів і скорочення строків впровадження інноваційних технологій. Конкуренція змушує суб'єктів ринку постійно тримати під контролем дії власних суперників, ухвалювати рішення, що зумовлюють подолання негативних наслідків їхнього конкурентного тиску та сприяють стабільному розвитку суб'єкта в умовах конкуренції, тобто забезпечують його конкурентоспроможність.

Конкурентоспроможність є однією із центральних категорій сучасної економічної науки, з якою пов'язана успішність функціонування суб'єктів конкурентних відносин, ефективність та стабільність розвитку ринкового механізму в цілому.

Конкурентоспроможність підприємства означає його здатність до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості в умовах конкурентного ринку. Конкурентоспроможність підприємства – це здатність забезпечувати виробництво і реалізацію конкурентоспроможної продукції.

Конкурентоспроможність підприємства залежить від об'єкта зіставлення, а також від факторів, які застосовуються для оцінки конкурентоспроможності.

Моделювання та визначення рівня конкурентоспроможності продукції є необхідною передумовою для її продажу на відповідному ринку.

Конкурентоспроможність продукції це ступінь відповідності продукції на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо.

Для оцінки конкурентоспроможності продукції використовуються: диференціальний метод; комплексний метод та змішаний метод.

Основними факторами, що впливають на конкурентоспроможність продукції є: ступінь новизни товару, символічні фактори, які розглядаються в розрізі суспільних норм, додаткові фактори, які безпосередньо не відносяться до продукту (пропозиція послуг, гарантія, встановлення виробу та його монтаж, можливість ремонту тощо).

Конкурентоспроможність продукції значною мірою впливає на конкурентоспроможність підприємства в умовах ринку, темпи технічного прогресу, впровадження інновацій, зростання ефективності виробництва, економію всіх видів ресурсів, використовуваних на підприємстві.

Для підвищення конкурентоспроможності підприємств необхідно розробляти і впроваджувати комплексну систему заходів, спрямованих на забезпечення якості продукції та послуг.

Розвиток конкурентного ринку вимагає створення умов для підвищення рівня пропозиції високоякісних товарів та послуг, а також забезпечення публічності і інформаційної відкритості ринку за цінами і якістю послуг. Це забезпечить споживачам можливість вільного вибору продукції та послуг, зробить ціну і якість предметом конкуренції. Механізм «ціна-якість» дозволить стимулювати дослідження попиту на різні категорії продукції та послуг і проводити аналіз рівня конкуренції, підвищувати якість пропонованих товарів та послуг, знаходити оптимальний баланс між їх ціною і якістю. Все це створює умови для подальшого підвищення ефективності роботи і росту конкурентоспроможності національної економіки в цілому.

СПЕЦИФІКА ВЕНЧУРНОГО ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРЕОКТІВ

Автор: студентка групи ПТБД-227-м Чхартіщвілі Е. В.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Адаменко М.В.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Венчурне інвестування є важливим інструментом для фінансування малих і середніх приватних або приватизованих інноваційних підприємств, інноваційних корпорацій та для вищих навчальних закладів, які займаються комерціалізацією, а також для підприємницьких мереж високих технологій.

Венчурне фінансування є неможливим без венчурного інвестора. Такими можуть виступати великі корпорації, різні страхові компанії, пенсійні фонди, приватні «неформальні» інвестори, що надають фінансові ресурси для ризикових проектів.

Основна відмінність венчурного інвестування від традиційного полягає в тому, що фінансові активи надаються підприємству без будь-якої гарантії забезпечення рухомим чи нерухомим майном або заощадженнями підприємства. Єдиною гарантійною заставою служить відповідна частина акцій (менша ніж контрольний пакет) існуючого або тільки створюваного підприємства, тобто венчурний капітал надається підприємству під перспективну ідею.

Венчурне фінансування як структурний компонент інвестиційного механізму створює можливість одержувати значні економічні й структурні ефекти.

На відміну від прямих традиційних інвестицій у венчурному фінансуванні із самого початку допускається можливість втрати вкладених коштів як цілком природний варіант реалізації бізнес-інтересів. Це пов’язано із невизначеністю результатів упровадження, особливо для радикальних інновацій, а також із невизначеністю, як наслідком мінливості ринкового середовища господарювання.

Найважливішим етапом управління інноваційними проектами у разі венчурного фінансування є аналіз проектних ризиків. У межах аналізу ризиків вирішують завдання узгодження двох практично протилежних прагнень – максимізації прибутку та мінімізації ризиків проекту.

На основі проведених досліджень запропоновано під ефективністю венчурної діяльності розуміти вигоди, які отримують суб’єкти венчурної діяльності, а також суспільство, галузі економіки, держава від здійснення такої діяльності.

Варто зауважити, що кожна із зацікавлених сторін у венчурному інвестуванні має свої мотиви та переслідує свої цілі інвестування або співпраці з венчурною організацією. Тому, для кожного суб’єкта венчурного інвестування існують пріоритетні показники, за якими можна говорити про те, чи досягли вони свої цілі та ефективність від співпраці з венчурними суб’єктами.

Було визначено, що на практиці для оцінки ризику інвестицій і прийняття інвестиційного рішення використовують такі два основних метода:

аналіз та оцінка чутливості інвестиційного проекту (цей метод дозволяє дати відповідь на питання, який вплив на показники ефективності проекту має зміна в певних межах окремого параметру ризику);

аналіз та оцінка інвестиційного проекту з допомогою інвестиційного моделювання (цей метод дозволяє визначити ефективність інвестиційних проектів з одночасним врахуванням ризиків спричинених такими факторами як високий рівень інфляції, структурної зміни в ціноутворенні, проблеми взаємних платежів і т.п.).

Оскільки ризик у венчурному бізнесі є не тільки високим, але й багатоаспектним, ним потрібно управляти: аналізувати, оцінювати, розробляти упереджувальні заходи, спрямовані на зниження ризикованості у венчурній діяльності.

Для венчурних підприємств, що займаються реалізацією інноваційних продуктів, пропонується визначити напрямки зниження ризиків: розроблення маркетингової стратегії завоювання ринків збуту інноваційного продукту; зменшення часового періоду входження в ринки; зниження непродуктивних витрат на виготовлення інноваційних продуктів та цін на їх реалізацію; забезпечення мережі швидкого розповсюдження інновацій.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЗОВНІШНІХ ТА ВНУТРІШНІХ ЧИННИКІВ З ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студент групи ПТБ-113м Шостікова К.С.
kshostikova@gmail.com
Керівник: к.е.н., доцент Бублей Г.А.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Нині розвиток української економіки характеризується процесами ринкової трансформації. При цьому фактори зовнішнього середовища в конкретних ситуаціях по-різному впливають на результати виробничо-комерційної та фінансової діяльності підприємств. Для більшості підприємств України проблеми виживання в умовах високо динамічного бізнес-середовища залишаються пріоритетними й актуальними, оскільки ці проблеми є незмінними для підприємств будь-якого типу.

Рухливість середовища для кожного підприємства різна і залежить від його цілей і завдань, активності його зовнішнього середовища, а також від розмірів самого підприємства та створює нестабільність умов діяльності підприємства. На діяльність підприємства діють чинники зовнішнього та внутрішнього середовища. Складність зовнішнього середовища визначає число факторів, на які підприємство зобов'язане реагувати, а також рівень варіативності кожного фактора. Різні підприємства здійснюють свою діяльність у різних зовнішніх умовах. Так, на одне підприємство впливає весь набір факторів зовнішнього середовища, а на інше – лише певна їхня частина. Внутрішнє середовище підприємства – це та частина загального середовища, яка знаходиться в рамках підприємства. Воно надає постійний і безпосередній вплив на функціонування підприємства.

Внутрішнє середовище підприємства є, по суті, реакцією на зовнішнє середовище прямої дії. Фактори непрямої дії не можуть безпосередньо впливати на підприємство, але, змінюючись, обов'язково позначаються на його діяльності. Підприємство пов'язане із зовнішнім та внутрішнім середовищем ланцюгом складних взаємних змін. Оскільки зовнішні фактори непідвладні волі підприємства, а внутрішні залежать від організації його роботи, для підприємства необхідно активне реагування та адаптація до змін саме зовнішніх факторів, а вони, у свою чергу, є взаємопов'язаними, впливають один на одного та на виробничий процес.

За роки реформ в Україні загальний вплив більшості зовнішніх чинників на ефективність фінансово-економічної діяльності підприємств можна оцінити як негативний.

Ефективність фінансово-економічної діяльності підприємства формується одночасно під впливом цілого комплексу економічних процесів і явищ. Чинники діють не ізольовано, а системно. При цьому в окремі часові проміжки сила впливу тих або інших чинників змінюється, дія одних чинників підсилює або знижує вплив інших, суттєво змінюється ступінь впливу різних чинників залежно від стадії життєвого циклу підприємства.

Для ефективного функціонування та адаптації підприємств необхідно, у першу чергу, визначити фактори впливу, які хоча безпосередньо і не впливають на суб'єкт господарювання, є першопричиною позивних або негативних змін, що відбуваються на підприємстві. Маючи відповідну інформацію про характер дії факторів змін, менеджмент підприємства здатний передбачувати майбутні події й приймати відповідні антикризові рішення, адаптуючи його до умов зовнішнього середовища.

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Автор: студент групи ПТБ-113м Щульга В.О.
pma-41@ukr.net
Керівник: к.е.н., доц.. Панкова М.О.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

В сучасних умовах в Україні відбувається посилення конкуренції, внаслідок чого керівники підприємств знаходяться в постійному пошуку нових, відповідним умовам конкуренції, інструментів та способів управління конкурентоспроможністю підприємства, що й зумовлює актуальність вивчення цієї проблематики.

Під управлінням конкурентоспроможністю продукції слід розуміти процес планування, забезпечення необхідного рівня і підвищення конкурентоспроможності продукції за допомогою цілеспрямованого впливу на умови і чинники, що формують конкурентоспроможність. При цьому, можна сказати, що конкурентоспроможність продукції створюється в рамках функціонування певних процесів: дослідження, розробки, виготовлення і споживання. Це свідчить про те, що управління конкурентоспроможністю продукції на різних стадіях здійснюється опосередковано через управління процесами її створення і просування.

Управління конкурентоспроможністю підприємства є відкритою системою, що складається з керівної та керованої систем, що тісно взаємодіють, оскільки є органічно взаємопов'язаними. Керівна система містить ті складові елементи, які забезпечують процес управління. До складу керованої системи входять такі елементи, які забезпечують безпосередній процес виробничої, господарської, комерційної та багато інших видів діяльності підприємства.

Структуру основних елементів системи управління конкурентоспроможністю формують програмно-цільові комплексні блоки, які відображають конкретні організаційні, економічні, техніко-технологічні заходи в їхньому взаємозв'язку і взаємозалежності, реалізація яких сприяє на результат управлінських рішень у даній сфері діяльності.

До найважливіших з них віднесено: вибір стратегічних напрямків досягнення стратегії корпоративного менеджменту; комплексний підхід до управління конкурентоспроможністю наукомісткої продукції; реформування системи управління персоналом та трудовою мотивацією; системний підхід до підвищення ефективності планування та диверсифікації виробництва; вдосконалення внутрішньої підприємницької системи аналізу та обліку , фінансового менеджменту на підприємстві.

У сучасній теорії і практиці домінує ідея розглядати управління конкурентоспроможністю підприємства як взаємозалежний процес планування, організації, мотивації і контролю, потрібний для досягнення цілей організації. Управління конкурентоспроможністю можна також розглядати як сукупність зазначених елементів. Елементи управління конкурентоспроможністю підприємства такі:- планування: розробки продукції; виробництва;збуту;- організація: оптимізація організаційної структури; забезпечення ресурсами; стимулювання збуту; мотивація: робітників підприємства; контрагентів; контроль: якості управлінських рішень; якості продукції; якості ресурсів; реалізації управлінських рішень; відстеження рівня конкурентоспроможності .

Основну роль у системі управління конкурентоспроможністю підприємства відіграє управління конкурентоспроможністю продукції, якаформується на етапах виробництва, розроблення та реалізації продукції. Категорії конкурентоспроможності продукції та підприємства мають високий ступінь взаємозалежності. Водночас конкурентоспроможність продукції є окремою та незалежною категорією, оскільки вона більше пов'язана із успіхом продукції на ринках збуту, ніж із особливостями функціонування підприємства. Тобто, вирішальну роль в управлінні конкурентоспроможністю підприємства має відігравати управління конкурентоспроможністю саме його продукції. В сучасних умовах господарювання, можливості підприємств з управлінням конкурентоспроможністю продукції, обмежені наявними в його розпорядженні трудовими ресурсами фінансовими, часом й виробничими технологіями чи потужностями. Таким чином, узагальнено можна сказати, що конкурентоспроможність підприємства в сучасних умовах господарювання визначається, перш за все, умінням максимально використати в своїх інтересах ринкову ситуацію, що склалася або може скластись на визначений проміжок часу, для збільшення виробництва, надання послуг, товарообігу та одержання максимального прибутку щодо підтримання та підвищення конкурентоспроможності з використанням обмеженого обсягу ресурсів у певній ринковій ситуації.

ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ СЕГМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ АКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

Автор: студент групи ПТБД-227-м Ясногор О.В.
Керівник: кандидат економічних наук, доцент Гузенко О.П.
ЗІЕІТ, Україна, м.Кривий Ріг, вул..Гетьманська, 108

Підприємства середнього бізнесу в умовах регульованої ринкової економіки потребують вирішення низки проблем, які пов'язані з управлінськими важелями власним ресурсним потенціалом. Одним із результатів досягнень підприємств середнього бізнесу виступає рівень їх ділової активності. Сутність та роль ділової активності підприємств середнього бізнесу лежить в площині постійного нарощування потенціалу, мінімізацію можливих ризиків та невдач в умовах невизначеності. Об'єктивність оцінки рівня ділової активності підприємства середнього бізнесу визначає ефективність прийнятих управлінських рішень, від яких залежать активність використання виробничих технологій та фінансових ресурсів, рівень розвитку персоналу, інноваційна та ринкова активність підприємства тощо.

До складу основних теоретичних сегментів управління діловою активністю підприємств середнього бізнесу науковці пропонують включати: сутнісну характеристику понятійної категорії «ділова активність»; аналітичну оцінку рівня ділової активності підприємств середнього бізнесу; методи управління діловою активністю підприємств середнього бізнесу. Кожен із зазначених сегментів має свої особливості та правила впровадження на підприємств.

Ми вважаємо одним із основних сегментів є визначення сутнісної характеристики категорії «ділова активність». Дослідженнями доведено ділова активність підприємств середнього бізнесу виступає, з одного боку індикатором розвиненості відносин, проявом прозорості діяльності, відкритості бізнес процесів, свідченням дієвості та дотримання законодавчих і нормативно-правових норм, наслідком ефективного управління підприємством середнього бізнесу. З іншого боку систематизація підходів до визначення ділової активності підприємств середнього бізнесу показала, що ділова активність є всією сукупністю зусиль підприємства щодо просування на ринках продукції, праці, капіталу. Узагальнюючи ключові характерні особливості ділової активності, слід наголосити на визначенні даної економічної категорії не як окремого показника діяльності підприємства, а розглядати її більш комплексно, з точки зору процесного підходу.

Спираючись на проведений аналіз літературних джерел і аналізуючи думки різних авторів щодо ділової активності підприємств середнього бізнесу , вважаємо, що під цією категорією слід розуміти складну характеристику бізнес-середовища підприємства, яка зумовлює його платоспроможність, фінансову стійкість та стабільність, а також визначає стан підприємства на ринку, забезпеченість і ефективність використання усіх видів ресурсів та результати господарювання. Виходячи з цього визначення, вважаємо, що для оцінки ділової активності необхідно перш за все надати системну та комплексну характеристику діяльності окремих суб'єктів господарювання, оцінити результативність функціонування підприємства середнього бізнесу з позиції ринкової економіки, враховуючи її потреби. Крім того ми вважаємо, що компоненти управління діловою активністю підприємств середнього бізнесу повинні бути підсистемою системи стратегічного й оперативного управління. Як правило оцінювання якості управління діловою активністю підприємств середнього бізнесу відбувається при залучені коефіцієнта стійкості економічного зростання.

Наступним кроком дослідження мають бути шляхи підвищення ділової активності підприємств середнього бізнесу на основі інноваційного формування стратегії розвитку даного процесу.

СЕКЦІЯ - 7

КОМП'ЮТЕРНІ НАУКИ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

ІНЖЕНЕРІЯ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Голова - д.ф.-м.н., проф. Таланін І.Є.

Співголова - доц. Жданова В.В.

РОЗРОБКА ТА АНАЛІЗ СИСТЕМИ МОДЕЛЮВАННЯ ЗЧЕПЛЕННЯ КОЛЕСА З НЕСУЧОЮ ПОВЕРХНЕЮ

Автор: студент групи ІПЗ-227м Архипенко О.А.
Керівник: к.т.н. Хараджян О.А.
ЗІЕІТ, Україна м. Кривий Ріг вул. Гетьманська 108

При розробці комп'ютерної моделі будь-якої колісної машини потрібно знати закони, згідно яких вона рухається, тобто потрібно визначити сили, які діють на машину, з'ясувати як вона взаємодіє з зовнішнім середовищем. Виникає потреба розробити модель однієї з найважливіших її частин – колеса. Колесо – рушій колісної машини. За допомогою колеса відбувається взаємодія машини з зовнішнім середовищем – дорогою. Через колесо передаються сили, що утримують машину на дорозі, переміщують та зупиняють її, змушують змінити напрям руху.

Не зважаючи на те, що колесо здається досить простим пристроєм, процеси, що проходять в його частинах, особливо в тих, що торкаються дороги, досить складні. Робота колеса, в залежності від поставленої мети та необхідної точності, може бути змодельована за допомогою різних моделей різного ступеня складності.

Однією з найпоширеніших моделей є так звана «модель еластичного колеса». В ній колесо представляється невагомим кільцем, що з'єднаний з віссю обертання розташованими по радіусам елементами з розподіленою пружністю та деякими демпфуючими властивостями. Всі види деформацій та пов'язаних з ними втрат енергії на врутрішнє тертя шарів матеріалу шини приведені до існуючих в такій моделі зв'язків.

В будь-яких режимах роботи колеса виникають деформації елементів шини, при чому ці деформації по довжині окружності шини різні. Частина шини, протилежна до області контакту колеса з дорогою, практично не деформується. При наближенні до області контакту колеса з дорогою деформація елементів шини зростає. Область контакту колеса с поверхнею має форму еліпса одна з осей якого розташована в центральній повздовжній площині колеса, а друга – в центральній поперечній. В самій області контакту деформації елементів шини також нерівномірні. Тиск, з яким елементи шини діють на елементи області контакту, нерівномірний по площі і залежить як від конструкційних особливостей шини і тиску повітря в ній, так і від режиму роботи колеса і його навантаження. Епюри тиску можуть мати як параболічну, так і трапецієвидну форму.

При врахуванні явищ, що відбуваються в області контакту колеса з дорогою, внаслідок складності отримання аналітичних рішень відповідних рівнянь, часто обмежуються розрахунком, що базується на емпіричних та напівемпіричних формулах з використанням усереднених по площі поверхні контакту експериментально визначених коефіцієнтах. Такий підхід не завжди дозволяє отримати задовільні результати при моделюванні деяких режимів роботи колеса відмінних від рівномірного кочення, на кшталт буксування чи бокового зносу.

В роботі розроблена система числового моделювання зчеплення колеса з несучою поверхнею. Область контакту колеса з опорною поверхнею представлено в вигляді суми елементарних поверхонь, кожна з яких має своє значення швидкості, деформації, тиску. Результуючі сили знаходяться шляхом інтегрування сил, виникаючих в елементах поверхні. Такий підхід дозволяє більш докладно проаналізувати явища, що відбуваються в області контакту колеса з опорною поверхнею, а саме:

- оцінити площу контакту з опорною поверхнею, в якій елементи шини не ковзають по опорній поверхні, в залежності від кривизни траєкторії руху колеса в плані, від розподілу тиску по області контакту;

- оцінити площу контакту з опорною поверхнею, в якій елементи ковзають по опорній поверхні;

- оцінити стійкість колеса до зриву в боковий занос та буксування при різних вихідних даних;

- оцінити величину бокового зміщення колеса при коченні з прикладеною боковою силою;

- оцінити вплив різних малюнків протектора на роботу колеса в різних режимах.

РОЗРОБКА 3D КОМП'ЮТЕРНОЇ ГРИ ТИПУ «АРКАДА»

Автор: студент групи ІПЗ-217м, Глушко І.О.
Crozen93@gmail.com
Керівник: професор, Борю С.Ю.
ЗНУ, Україна, м.Запоріжжя, вул. Жуковского, 66

Об'єктом даної роботи дослідження є технології розробки комп'ютерних ігор і їх використання в ігровій індустрії.

Метою даної роботи є розробка комп'ютерної гри в жанрі «аркада» на платформі Unity3d.

Актуальність теми дослідження підтверджується неослабним інтересом до аркадних ігор, які розвивають спритність і допомагають розслабитися після важкого трудового дня.

Відповідно до поставленої мети в роботі необхідно було вирішити такі завдання:

1. Вивчити принципи побудови гри в Unity3D;

2. Розробити свій ігровий світ;

3. Освоїти мову програмування C#;

4. Вивчити фізику в Unity3d;

5. Виконати проектування ігрової програми;

6. Реалізувати ігровий додаток;

7. Протестувати розроблений ігровий додаток.

У далекий від нас час, у другій половині двадцятого століття, понад сорок років тому вже існували відеоігри, і кількість фанатів цього часу неухильно зростає з тих самих пір. Зрозуміло, найбільше комп'ютерними відеоіграми цікавляться діти, але дорослі від них практично не відстають. Один з улюблених багатьма жанрів комп'ютерних ігор - аркада. Ігри цього жанру набули особливого поширення в пострадянський період, коли в них грали на приставці Sega Mega Drive, яка захопила і нашу країну. Власне кажучи, велика частина ігор, вироблених для цієї консолі, відносилися саме до аркад і користувалися любов'ю як серед дітей і підлітків, так і серед дорослої частини населення[1].

Аркадні ігри мають на увазі просте, інтуїтивно-зрозуміле управління ігровими об'єктами. Користувачеві немає необхідності налаштовувати і вивчати управління гри, що дозволяє практично відразу приступити до ігрового процесу[2].

У наш час розробники створюють ігри, що поєднують в собі елементи аркадних ігор та інших жанрів, прагнучи залучити дедалі ширшу аудиторію і створити щось унікальне і цікаве. Незважаючи на те, що ігрові автомати та приставки вісімдесятих - дев'яностих років уже зникли з нашого життя, аркади досі є одним із затребуваних і улюблених жанрів[3].

Наукова новизна магістерської дипломної роботи полягаю у розробці аркадної гри з новим не стандартним жанром, а саме аркадна гра у відкритому світі. Та також розробка нового методу розробки аркадних ігор. На базі цього нового методу була розроблена аркадна гра у відкритому світі

В результаті проведеної роботи буде розроблена комп'ютерна 3D гра у жанрі аркада, яку зможуть використовувати користувачі персональних комп'ютерів платформи Windows.

Результати даного дослідження підтверджують велике значення аркадних комп'ютерних ігор в житті людини, розроблений проект зможе використовуватися так і у комерційних проектах ігрової індустрії, так і створювати інтерес людей в можливостях кар'єри в області ігрової індустрії

1. Особенности видеоигр как вида искусства и индустрии - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vernsky.ru/ /pubs/5592/Osobennosti_videoigr_kak_vida_iskusstva_i_industri

2. Жанры компьютерных и видеоигр [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://gamesisart.ru/ janr.html.

3. Роллингз, Э. Проектирование и архитектура игр [Текст] / Э. Роллингз, Д. Моррис. - М.: Вильямс, 2006.- 1040с.

РОЗРОБКА ЗАГАЛЬНОУКРАЇНСЬКОЇ БАЗИ ДАНИХ З ОБЛІКУ ПРАВОПОРУШЕНЬ

Автор: студентка групи ІПЗ-217, Голгожинський С.С.
Керівник: проф. Таланін В.І.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Ціллю роботи є розробка загальноукраїнської бази даних з обліку правопорушень

Для досягнення поставленої цілі у роботі вирішуються наступні завдання:s

- Вивчити літературу та документацію присвячену даній тематиці;
- Зібрати дані по системам «Аналогам» в мережі Інтернет та бібліотеках: інституту, районній та в Запорізькій науковій бібліотеці.
- Виконати аналіз сучасних статистичних баз даних (систем), а саме ЄДБО, «Миротворець», «Футбольний клуб «Металург», «Футбольний клуб «Шахтар» та «Таврія», які існують на даний час;
- Вивчити принцип побудови запитів СУБД MSSQL ;
- Вивчити засоби взаємодії мови програмування C# ;
- За допомогою коду створити таблиці та запроси в базі даних;
- Створити прикладну програму на ОС Microsoft Windows XP- 10, яка дозволяє обробляти інформацію, вести статистику, наповнювати новими даними та новою інформацією про футбольних фанатів, зброю, заборонені предмет;
- Після розробки інформаційної системи - дослідити отриманні результати;
- Оформити результати у вигляді звіту, отримати відгук від куратора магістерської дипломної роботи, отримати рецензію;

Фана́т — людина, яка має надмірне вподобання до певного предмету. Предмет вподобання може бути: людиною, спортивним клубом, витвором мистецтва, ідеями тощо. Фанати організовують зустрічі, під час яких обговорюють останні новини в житті їх кумирів [1].

Популярність футболу ніколи не згасає (навіть збільшується), тому створення такої програми було лиш питанням часу [2]. Якщо в нас є комп'ютер, чому б йому не дати команду ловити злочинців та вести статистику про цих хуліганів (футбольних фанатів)?

Розробка вважається новизною, таких систем в межах України досить перерахувати на пальцях однієї руки. Вона відповідає своїм функціональним можливостям та може бути рекомендована як для системи МВС, секретних та силових структур, так і для фан-клубів не тільки в межах України, але і за кордоном. Великих та рисих підприємств з подібними завданнями, якщо перелаштувати компоненти в базі даних вона може теж повністю функціонувати і працювати автоматизовано на любій операційній системі. Дану прикладну програму можна розробити у вигляді сайту, а саме адаптивного, також зробити її крос-платформенну. Також доволі зручно буде портувати додаток на мобільні платформи та підключити все до єдиного серверу. Тоді кожен власник такого додатку з обліковим записом зможе користуватись програмою навіть не сідаючи за комп'ютер.

1. Бримсон Дуги - Убийцы футбола. Почему хулиганство и расизм уничтожают игру / перевод Мишенин А.И. – Издательство Ridero, Москва – 2007 – С.150
2. Четвериков В.Н. - Базы и банки данных – Высшая школа, Москва – 1987 – С.247.

CRM-СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Автор: студентка группы ИПЗ-113м Гусакова К. А.
kkarinne76@gmail.com
Руководитель: д.ф.- м. н., проф. Таланин И. Е.
ЗИЭИТ, Украина, г.Запорожье, ул.Кияшко 16-б

В современном бизнесе необходимость автоматизации различных процессов стала привычным явлением. В наши дни становится сложно представить ведение и учет каких-либо данных без применения специализированного ПО. Торговые представители используют специальные приложения для оформления и отправки заказа в офис прямо с планшета или мобильного телефона, достаточно большая часть заказов приходит с сайта уже в виде готовых к обработке документов. Но при этом, взаимоотношения с клиентами часто ведутся без внедрения автоматизации и достаточного внимания к учету. Это приводит к тому, что каждый менеджер работает так, как ему удобнее, ведет фиксацию звонков, других видов взаимодействия с клиентами по собственному усмотрению: кто-то – на бумаге, кто-то – в Excel таблицах, а кто-то вообще не считает нужным фиксировать процесс своей работы. Поэтому необходима автоматизация и стандартизация управления отношений с клиентами, т.е. внедрение CRM-системы.

CRM-система (CustomerRelationshipManagement или Управление отношениями с клиентами) - корпоративная информационная система, предназначенная для автоматизации CRM-стратегии предприятия. CRM-система поможет повысить уровень реализации, улучшить маркетинг и обслуживать заказчиков путем сохранения информации о контрагентах и истории взаимоотношений с ними, улучшать бизнес-процедуру и последующий анализ результатов.

Цель работы заключается в создании CRM-системы для управления предприятием общественного питания, которое оптимизирует бухгалтерский учет. Для создания дополнительных функций будет использоваться плагин Zero BS WordPress CRM. Благодаря этому можно будет увидеть свой воловой и чистый доход. Плагин также позволит следить за тем, сколько денег можно получить в среднем с каждого клиента.

Для получения желаемого продукта, были поставлены следующие цели и задачи:

- разработка CRM - системы на платформе WordPress;
- создание базы данных на языке запросов MySQL;
- установить обработчик языка программирования PHP;

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. https://codex.wordpress.orп
2. https://www.terrasoft.ua/software/crm/definition
3. https://i.factor.ua/journals/nibu/golden/g-03/article-3585.html.

РАЗРАБОТКА МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ РАСПОЗНАВАНИЯ БЛЮДА ЗА ЕГО НАЗВАНИЕМ С ПОМОЩЬЮ GOOGLE VISION

Автор: студент группы ИПЗ-113м Дьяченко Д.В.
emigrantdd@gmail.com
Руководитель: проф. к.ф.-м. н. Таланин В.И.
ЗИЭИТ, Украина, г.Запорожье, ул.Кияшко 16-б

Обычно меню ресторана содержит более 200 наименований различных блюд и напитков, в которых каждый повар может разобраться, не то чтобы обычный клиент без специального образования.

Рестораны национальных кухонь разных народов, современные версии классических заведений типа мейд-кафе и многие другие общепита не оставят равнодушными даже начинающих гурманов, но как ценители вкусной еды смогут разобраться в этом море названий блюд? Как найти нужный произведение кулинарного искусства?

А если клиент, например, аллергия на цитрусовые, как ему быстро выбрать вкусную и безопасную для собственного здоровья блюдо, не изучая меню на память?

Нужен специальное приложение на телефон, так-как современные девайсы почти у каждого человека, который может распознать названия блюд из меню, отфильтровать их по нужным критериям типа «без натурального сахара» или «без цитрусовых» и вывести на экран.

Оптическое распознавание символов - механический или электронный перевод изображений рукописного, машинописного или печатного текста в текстовые данные, которые используются для представления символов в компьютере (например, в текстовом редакторе). Распознавания широко применяется для преобразования книг и документов в электронный вид, для автоматизации систем учета в бизнесе или для публикации текста на веб-странице. Оптическое распознавание символов позволяет редактировать текст, осуществлять поиск слов или фраз, хранить его в более компактной форме, демонстрировать или распечатывать материал, не теряя качества, анализировать информацию, а также применять к тексту электронный перевод, форматирование или преобразования в речь. Оптическое распознавание текста является исследуемой проблемой в областях распознавания образов, искусственного интеллекта и компьютерного зрения.

Системы оптического распознавания текста требуют калибровки для работы с конкретным шрифтом; в ранних версиях для программирования было необходимо изображение каждого символа, программа одновременно могла работать только с одним шрифтом. В настоящее время больше всего распространены так называемые «интеллектуальные» системы, с высокой степенью точности распознают большинство шрифтов. Некоторые системы оптического распознавания текста способны восстанавливать исходное форматирование текста, включая изображения, колонки и другие нетекстовые компоненты. Цель работы заключается в создании приложения, которое поможет определить ингредиенты блюда исходя из его названия, прилагая при этом как можно меньше усилий. Был выбран подход распознавания блюда из его названия, так как конечный пользователь потратит как можно меньше времени при таком подходе.

Чтобы получить желаемый продукт, были поставлены следующие цели и задачи:

- поиск оптимальной библиотеки распознавания текста
- улучшение библиотеки и ее расширении средством наследования
- изменение области захвата экрана распознаваемого текста
- дополнение алгоритма распознаваемого текста, средством обработки только названия блюд
- поиск информации о блюде
- отображение информации о блюде
- дополнение алгоритма, поиском информации о блюде не только из незнакомых источников
- определение локации пользователя и отображение информации в зависимости от ресторана

Распознавание обьектов с помощью камеры позволяет решить множество проблем в наше время. В том числе распознавание блюда по его названию, может помочь любому пользователю узнать всю информацию об этом блюде имея лишь мобильное устройство, очень быстро и прилагая при этом как можно меньше усилий. Такой продукт может очень облегчить любое путешествие в связи с языковым барьером и разной культурой.

РОЗРОБКА АВТОМАТИЗОВАНОЇ СИСТЕМИ ПЕРЕВІРКИ ПРОФЕСІЙНОЇ ПРИДАТНОСТІ СПІВРОБІТНИКІВ ПрАТ «ДНІПРОСПЕЦСТАЛЬ»

Автор: студент групи ІПЗ-217, Кір`яков А.Є.
raatum1985@gmail.com
Керівник: доц.,к.т.н., Борю С.Ю.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Ціллю роботи є проектування та розробка автоматизованої системи професійної придатності робітників великих підприємств, де працівникам необхідно щорічно підтверджувати свої знання .

Для досягнення поставленої цілі у роботі вирішуються наступні завдання:

- аналіз та формалізація предметної області;
- розробка потреб до автоматизованої системи;
- розробка ER-діграми бази даних;
- розробка діаграми класів;
- розробка алгоритму рішення задачі системи;
- вибір інструменту для розробки бази даних та програми;
- розробка діалогових вікон та засобів ведення діалогу;
- реалізація програмного коду;
- розробка бази даних;
- розробка інструкції по впровадженню та експлуатації.

Сучасні підприємства сильно відрізняються один від одного як галуззю так і технологією та внутрішніми правилами, на кожному підприємстві свої критерії рівня знань, які пред'являють до робітників керівниками підприємства [1]. Існує багато додатків програмного продукту які виконують свої функції перевірки знань. Однак ці додатки в загалі важко адаптувати к критеріям, оцінювання та отримання звітів, конкретного підприємства.

Усі програми, які призначені для перевірки знань, в загалі головну функцію перевірки знань людини виконують добре. Але ці програми не завжди можна застосувати на підприємствах зі специфічними вимогами як до предмету з якого перевіряється знання людини, кількості предметів ті звітів.

Це вимагає нового більш гнучкого підходу до розробки програм які можуть бути комфортними для користувача на будь якому пристрої та більш інтелектуальними з точки зору реалізації алгоритмів та побудови логіки роботи програми.

Для створення програми з перевірки знань використана технологія Windows Presentation Foundation (WPF) та архітектура проектування MVVM (Model-View-ViewModel). Також використаний новий алгоритм проведення тестування який передбачає адаптивний спосіб проведення перевірки знань [2].

Особливістю програми з перевірки знань яка розроблена у ході роботи є алгоритм роботи, суть якого полягає у тому, що коли користувач вірно відповідає на перші 4-5 відповідей, тоді наступні питання є суттєво складнішими ніж попередні, якщо кількість вірних відповідей менш ніж чотири, тоді наступні питання будуть легкими.

Особливістю програми з перевірки знань яка розроблена у ході роботи є алгоритм роботи, суть якого полягає у тому, що коли користувач вірно відповідає на перші 4-5 відповідей, тоді наступні питання є суттєво складнішими ніж попередні, якщо кількість вірних відповідей менш ніж чотири, тоді наступні питання будуть легкими.

Для створення програми використані сучасні технології та методи створення програмного забезпечення. Програмний продукт призначений для використання на великих підприємствах де є необхідність перевіряти знання робітників з різних галузей знань.

1. Как организовать тестирование на профпригодность / Журнал «Директор по персоналу» [Електроний ресурс]. – 2004. .– Режим доступа: – https://www.hr-director.ru/article/66884-testirovanie-na-profprigodnost-17-m10 Дата доступа : 04.10.2017.

2. Гради Б. Объектно-ориентированный анализ и проектирование. / Б. Гради / М.: Издательство .Бином,2007. 287с.

РОЗРОБКА УТИЛІТИ ДО ВИБІРКОВОГО БЛОКУВАННЯ ANDROID-ДОДАТКІВ

Автор: студентка групи ІПЗ-217, Колотовкіна Ю.Є.
Керівник: проф. Таланін В.І.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Ціллю роботи є розробка android додатка

Для досягнення поставленої цілі у роботі вирішуються наступні завдання:

- Вивчити літературу та документацію присвячену даній тематиці;
- Аналіз предметної області і постановка завдання;
- Огляд аудиторії користувачів;
- Огляд програмних засобів;
- Реалізація системи;
- Розробити зручний та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс;
- Економіко-організаційна частина;
- Оформити результати у вигляді пояснювальної записки;

Мобільні телефони міцно увійшли в життя сучасної людини. Важко уявити собі життя без цього зручного, маленького, багатофункціонального приладу. Високий ритм життя вимагає від нас підвищеної уваги до подій, необхідність бути завжди на зв'язку, і мати під рукою вірного помічника. Скільки разів виручала записна книжка, де зберігаються не тільки номери телефонів, але і пам'ятні дати, коди пластикових карт, калькулятор, а також всілякі додатки які надзвичайно полегшують наше життя.[1]

Смартфон XXI в столітті - невід'ємна частина багатьох людей. На даний момент величезна частина суспільства просто не уявляє своє життя без цього апарату. Зараз ці пристрої мають величезний функціонал і актуальність, яку ще 5 років тому було важко уявити. Висока актуальність мобільних девайсів змушує задуматися над питанням розробки свого власного мобільного додатка.

Сьогодні фахівцями в області інформаційних технологій розробляються мобільні додатки, які дозволяють вирішувати безліч завдань. В основу кожної з таких програм лягли певні утиліти, що в результаті дозволяє швидко вирішувати поставлену задачу, економити час і досягати максимально комфортного рівня життя.[2]

Протягом останніх років показник, що характеризує рівень попиту на мобільні пристрої, стає дедалі більше. Така статистика дозволяє зробити висновок про те, що розробка мобільних додатків актуальна і доцільна. Головне грамотно оцінити, для кого і навіщо створюється софт. Тільки корисна розробка отримає гідне визнання з боку користувачів.

Розробка мобільних додатків - один з найперспективніших напрямків і, безумовно, буде тільки розвиватися. Світ навколо нас стрімко змінюється і стає все більш мобільним. Ми не уявляємо своє життя без планшета або смартфона. Причому це актуально і для бізнес-замовників, і для кінцевих користувачів

1. Огляд ринку мобільних додатків [Електронний ресурс] - Режим доступу: www.openbusiness.ru/biz/business/obzor-rynka-mobilnykh-prilozheniy/

2. Прогноз для індустрії додатків на 2018 год [Електронний ресурс] - Режим доступу: appannie.com/ru/insights/market-data/predictions-app-economy-2018/

РАЗРАБОТКА ИГРОВОЙ МЕХАНИКИ В ВИДЕОИГРЕ

Автор: студент группы ИПЗ-113м Кондратьев В.В.
Vladkondratev95@gmail.com
Руководитель: проф. к.ф.-м. н. Таланин В.И.
ЗИЭИТ, Украина, г.Запорожье, ул.Кияшко 16-б

1. ВВЕДЕНИЕ

На начальном этапе разработка видеоигр была прибыльным делом, ведь стоимость разработки была минимальной. В течение этого периода было создано много известных компаний-издателей, например, Capcom, Electronic Arts, Origin Systems и другие.

На сегодня разработка видеоигр является рискованным делом. Создание видеоигры требует значительных денежных затрат. Можно удивиться - почему рынок видеоигр развивается из года в год?

Самая высокая рентабельность привлекает инвесторов, стабильность индустрии даёт надежду на стабильный доход. Чтобы повысить шанс успешной реализации проекта, нужно вносить в него новизну.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель работы заключается в разработке концепции реверсирования существующих механик и привнесении новых идей и механик при создании видеоигры и создании приложения, которое демонстрирует эту концепцию.

3. СРЕДСТВА РАЗРАБОТКИ

3.1. ЯЗЫК РАЗРАБОТКИ

C# - объектно-ориентированный язык программирования. Язык имеет статическую типизацию, поддерживает полиморфизм, перегрузку операторов, обобщённые типы и методы и другое. C# исключает проблематичные при разработке программных систем модели, например, не поддерживает множественное наследование классов.

3.2. ИГРОВОЙ ДВИЖОК

Unity - межплатформенная среда разработки компьютерных игр. Преимуществом является наличие визуальной среды разработки, межплатформенной поддержки и модульной системы компонентов. К недостаткам относят появление сложностей при работе с многокомпонентными схемами и при подключении внешних библиотек.

Редактор Unity имеет Drag&Drop интерфейс, благодаря чему можно производить отладку игры прямо в редакторе. Движок поддерживает два скриптовых языка: C#, JavaScript (модификация).

Движок поддерживает множество популярных форматов. Модели, звуки, текстуры, материалы, скрипты можно запаковывать в формат .unityassets и передавать другим разработчикам. Этот же формат используется во внутреннем магазине Unity Asset Store. Unity имеет все нужные компоненты для создания мультиплеера. В Unity входит Unity Asset Server - инструментарий для совместной разработки на базе Unity.

Учебные материалы состоят из пособий, онлайн-уроков, описаний функций и компонентов, также выделяется очень большое сообщество разработчиков Unity.

Unity 5 имеет две важные особенности: Level Of Detail и Occlusion Culling. Обе особенности позволяют значительно снизить нагрузку на процессор.

Occlusion Culling - это функция, которая отключает рендеринг тех объектов, которые в данный момент камера не видит или закрытые другими объектами.

В Unity используется компонент LOD Groups, при правильном использовании которого сильно возрастает производительность. Движок показывает низко детализованные объекты, когда объект находится далеко от камеры, и при этом не будет замечена потеря качества.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Привнесение новых механик, должная реализация и их подача сулит большой успех для игры. Чем больше игроков заинтересуются новыми для себя вызовами и возможностями – тем больше будет финансовый успех от приобретения продукта.

Такая концепция позволяет открывать новые перспективы для дальнейшего развития игровой индустрии.

РОЗРОБКА ІНТЕРФЕЙСУ ДЛЯ БІБЛІОТЕКИ ЦИФРОВОГО ПІДПИСУ З ВИКОРИСТАННЯМ ТЕХНОЛОГІЇ «SINGLE PAGE APPLICATION»

Автор: студент групи ІПЗ-113М Мацько О.С.
CityFromTheAsh@gmail.com
Керівник: Таланін І. Є.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Мета даного дослідження в складанні нового інтерфейсу для взаємодії з електронним цифровим підписом (ЕЦП), для більш ефективного і продуктивного використання ресурсів необхідних для прийняття або відхилення тих чи інших документів.

Завданнями даної роботи є: створення нового інтерфейсу для роботи з цифровим підписом, який має нову, інноваційну систему захисту, та надає можливість значно швидше виконувати підпис документів, при цьому додаток повинен буди пов’язаним з просторами інтернету але не залежним від нього.

Як показує Українських підприємств, власноручний підпис на паперовому документі за самою своєю природою залишає лазівки для шахраїв. Недарма для утруднення їх дій на бланки документів наносять спеціальні захисні знаки, застосовують нумерацію і скріплення аркушів, а крім того, поряд із самою підписом використовують власноручне написання прізвища, імені, по батькові на документі і т. П. Одним словом, при всіх її достоїнствах власноручний підпис має і цілу низку недоліків.

Як результат проникнення комп'ютерних технологій в усі сфери людської діяльності виникла потреба реалізувати необхідні реквізити, що підтверджують справжність документа, і аналог власноручного підпису людини в електронному вигляді, а також наділити електронний документ усіма перевагами традиційного паперового документа. Зі створенням електронного цифрового підпису ці завдання були успішно вирішені.

Якщо розглядати усі переваги ЕЦП, та інтерфейсу до нього неможливо закрити очі на правові основи і особливості використання ЕЦП в Україні

Впровадження в Україні системи формальних процедур документообігу, яка б відповідала міжнародним, і особливо європейських, стандартів, яка б, не втрачаючи своєї юридичної надійності, відрізнялася гнучкістю, універсальністю, зручністю, є вкрай необхідним. Причому не тільки для контрагентів в банківських або комерційних операціях, з чим найчастіше асоціюється використання електронна цифрового підпису (ЕЦП). Адже мова йде не тільки про сферу господарського права. ЕЦП - одне з потенційних засобів здійснення правовідносин, які традиційно відносяться до предмету регулювання адміністративного права.

1. Конституція України (зі змінами): Прийнята на п’ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 року // Голос України. – 1996.

2. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні (зі змінами та доповненнями). Закон України від 5 квітня 2001 р. // ВВР. – 2001. – № 29. – Ст. 137.

РОЗРОБКА СИСТЕМИ АНАЛІЗУ БАЗОВИХ ПЛАТФОРМ КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР

Автор: студент групи ІПЗ-227м Пастухов С.В.
Керівник: к.т.н. Хараджян О.А.
ЗІЕІТ, Україна м. Кривий Ріг вул. Гетьманська 108

Термин «игровой движок» применяется для того программного обеспечения, которое пригодно для повторного использования и расширения, и тем самым может быть рассмотрено как основание для разработки множества различных игр без существенных изменений. Тем не менее существуют «движки», которые пишутся под конкретную игру и являются закрытыми, только работники ответственной студии имеют к нему доступ и инструменты ввода и изменения данных. Другие же студии, делают ставку на свой движок как на отдельный продукт, открывая к нему доступ, на разных финансовых условиях и полной его технической поддержке.

Любой «движок» представляет собой программу с определенной базой библиотек, функций и зависимостей, обернутую в понятный пользователю максимально эргономичный интерфейс, модулем компиляции проектного в исполняемый для разных систем файл, и как минимум одним окном для визуализации данных(view port), для более оперативного восприятия изменений внесенных пользователем. Разбор существующих технологий и средств в видеоиграх. С помощью чего и как работает визуализация графического контента в видеоиграх и почему это важно.

Логический модуль – это основа, так как зачастую с него начинается просчет геометрии в кадре, а так-же параллельно идет просчет других игровых условных логик как например игровая «физика», которая включает в себя просчет столкновений и условный «ИИ» (искусственный интеллект).

Визуально-графический модуль, отвечает непосредственно за визуализацию данных выводимых на монитор, которые частично проходит через логический модуль в уже скомпилированной программе-игре.

Аудио модуль иногда называют «аудио движок», звуковое сопровождение игры, это отдельный аспект который не менее важен, чем графическая ее часть.

В современных играх используется все больше графических эффектов и технологий, улучшающих картинку. При этом разработчики обычно не утруждают себя объяснением, что же именно они делают. Когда в наличии не самый производительный компьютер, частью возможностей приходится жертвовать. Попробуем рассмотреть, что обозначают наиболее распространенные графические опции, чтобы лучше понимать, как освободить ресурсы ПК с минимальными последствиями для графики.

Шейдеры – это небольшие программы, которые могут производить определенные манипуляции с 3D-сценой, например, изменять освещенность, накладывать текстуру, добавлять постобработку и другие эффекты.

Шейдеры делятся на три типа: вершинные (Vertex Shader) оперируют координатами, геометрические (Geometry Shader) могут обрабатывать не только отдельные вершины, но и целые геометрические фигуры, состоящие максимум из 6 вершин, пиксельные (Pixel Shader) работают с отдельными пикселами и их параметрами.

Шейдеры в основном применяются для создания новых эффектов. Без них набор операций, которые разработчики могли бы использовать в играх, весьма ограничен. Иными словами, добавление шейдеров позволило получать новые эффекты, по умолчанию не заложенные в видеокарте.

РОЗРОБКА ДОДАТКУ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ ЗА ДОПОМОГОЮ ТЕХНОЛОГІЇ ARCORE

Автор: студент групи ІПЗ-113М Товкач І.С.
mobile.tovkach@gmail.com
Керівник: Таланін І. Є.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Метою даного дослідження є створення соціальної мережі, в яку будуть запроваджені елементи доповненої реальності для взаємодії між користувачами.

Відповідно до поставленої мети в роботі необхідно було вирішити такі завдання:

1. Вивчити основні технології для створення доповненої реальності;

2. Дослідити основні алгоритми для побудови точок для доповненої реальності;

3. Впровадити технологію в додаток.

4. Розробити механізм і алгоритм маніпуляції віртуальними тривимірними об'єктами в просторі;

5. Сформулювати рекомендації з проектування інтерфейсу користувача для візуалізації засобами доповненої реальності.

Глобалізація віртуальної реальності призвела до введення в науковий обіг нового терміна «доповнена реальність»[1]. Якщо поточні технології призначені для користувацьких інтерфейсів сфокусовані в основному на взаємодії людини і комп'ютера, то доповнена реальність за допомогою комп'ютерних технологій пропонує вдосконалення інтерфейсу людини і реального навколишнього світу.

Сучасний етап досліджень доповненої реальності почався в 1990-х роках. За кордоном було видано безліч робіт про актуальність і потенціальність даної теми. Проте розвиток споживчої електроніки тільки зараз досягло рівня, здатного забезпечити масове впровадження даної технології.

На даний момент доповнена реальність є одним з найактуальніших об'єктів для дослідження[2]. Однак в Україні даній темі не приділяється належної уваги. Необхідно активізувати наукові і практичні дослідження в даній сфері.

Дослідження показало, що наявність даної технології збільшило зацікавленість користувачів до продукту, який мав елементі доповненої реальності, збільшився приблизно на 24%. Більшість людей, які були зацікавлені даною технологією були в віці від 15 до 24 років. Більш старше покоління меньш активно реагувало на наявність доповненої реальності.

Так як соціальна мережа створювалася для підліткової аудиторії, то можна вважати що цифри досить не погані.

Результати даної роботи підтверджують велике значення доповненої реальності в розвитку людино-комп'ютерного взаємодії і її визначальну роль на шляху до наступної парадигмі призначеного для користувача інтерфейсу.

1. Ronald T. Azuma A Survey of Augmented Reality // In Presence: Teleoperators and Virtual Environments. - 1997. - No 4. - P. 355-385.]

2. Dieter Schmalstieg, Anton Fuhrmann, Gerd Hesina, "Bridging Multiple User Interface Dimensions with Augmented Reality", IEEE, 2000.

CRM-СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПРИВАТНОЮ ШКОЛОЮ

Автор: студентка групи ІПЗ-217, Черненко Д.Д.
Керівник: проф. Таланін В.І.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Ціллю роботи є розробка CRM-система управління приватною школою

Для досягнення поставленої цілі у роботі вирішуються наступні завдання:

1. Вивчити літературу та документацію присвячену даній тематиці (робота приватних шкіл, ліцеїв, гімназій);

2. Зібрати дані про CRM-системи в мережі Інтернет, бібліотеці інституту;

3. Виконати аналіз та дати характеристику сучасних CRM-системам приватних шкіл на основі 1С:;

4. Вивчити принцип роботи бази даних в 1С:Підпрємство;

5. Вивчити засоби взаємодії мови програмування з 1С:Підприємство;

6. Локально створити таблиці в базі даних;

7. Розробити зручний та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс;

8. Оформити результати у вигляді пояснювальної записки;

9.Представити роботу на XX науковій студентській конференції, передзахисті та захистити в січні 2019 року.

Приватна освіта - освіта, що надається навчальним закладом, кошти на утримання якого окупаються повністю або частково за рахунок плати, що стягується з учнів (на відміну від державних шкіл, що фінансуються з стягнутих з населення податків)[1].

Приватна школа – це навчальний заклад, який працює по принципу приватного закладу - кошти на утримання школи окупаються повністю або частково за рахунок плати, що стягується з учнів. Сьогодні фахівцями в області інформаційних технологій розробляються мобільні додатки, які дозволяють вирішувати безліч завдань. В основу кожної з таких програм лягли певні утиліти, що в результаті дозволяє швидко вирішувати поставлену задачу, економити час і досягати максимально комфортного рівня життя.

Програмний продукт компанії «1С», призначений для автоматизації діяльності на підприємстві (лого показане на рисунку 2.1). Спочатку «1С: Підприємство» було призначене для автоматизації бухгалтерського та управлінського обліків (включаючи нарахування зарплати і управління кадрами), але сьогодні цей продукт знаходить своє застосування в областях, далеких від власне бухгалтерських завдань[2].

Іноді механізми конфігурації системи «1С: Підприємство» бувають складні для розуміння, але саме така модель може забезпечити необхідну наочність процесів.

1. Берко, И. А. Учет и отчетность по МСФО в 1С:Предприятии 8.0 в вопросах и ответах / И.А. Берко. - М.: 1С-Паблишинг, 2005. - 218 с.

23. Главные моменты в развитии Западно-Европейской школы / ред. П.Г. Мижуев. - М.: Универсальная библиотека, 1981. - 216 с.

ПРОЕКТУВАННЯ ТА РОЗРОБКА CRM-СИСТЕМИ ПРИВАТНОЇ СТОМАТОЛОГІЇ «ШМАЛЬКО І КО»

Автор: студент групи ІПЗ-217, Шмалько Є.А.
Керівник: проф. Таланін В.І.
ЗІЕІТ, Україна, м.Запоріжжя, вул.Кияшка 16-б

Ціллю роботи є проектування та розробка CRM-системи приватної стоматології «Шмалько і Ко.

Для досягнення поставленої цілі у роботі вирішуються наступні завдання:

- Вивчити сучасні вимоги та впровадити в приватній стоматології: «Шмалько і Ко»;
- Створити програмний продукт для розвитку клініки «Шмалько і Ко»;
- Розробка CRM- системи на CMS WordPress;
- Створення бази даних на мові запитів SQL за допомогою PHPMyAdmin;
- Тестування власної розробки з винесенням наукового дослідження;
- Налаштування на мові програмування PHP різних компонентів сайту;
- Налаштування робочого місця для власника бізнесу.

Майже кожна поважаюча себе компанія має зручну CRM-систему, або хоча би доступний сайт-афішу. Приватні стоматології якраз відносяться до тих компаній, яким такі засоби необхідні як повітря.

«Реклама – двигун торгівлі» - основа відкритого ринку та конкуренції. Хто краще може привабити клієнта, той і отримає кращий прибуток.

Мета даного дослідження в аналізі потреби в сайті для даної компанії, а саме приватної стоматології.

Завданнями даної роботи є: створення гібриду сайту-афіші, CRM-системи та форуму для приватної стоматології з реалізуванням анонімного чату, системи подачі заяв на прийом, «візиткою» та форумом клієнтів.

Звичайно, що такій компанії потрібна реклама та зручний засіб роботи з клієнтами. CRM-система є найбільш прийнятним рішенням.

Управління відносинами з клієнтами — поняття, що охоплює концепції, котрі використовуються компаніями для управління взаємовідносинами зі споживачами, включаючи збір, зберігання й аналіз інформації про споживачів, постачальників, партнерів та інформації про взаємовідносини з ними[1].

Як показує практика, український споживач дуже специфічний в плані використання інтернет-ресурсів та веб-реклами. На відміну від Європи та США, де більшість людей похилого віку можуть використовувати комп’ютерну техніку не гірше власних дітей та внуків, в Україні 90% пенсіонерів буквально бояться техніки, складнішої за м’ясорубку. В плані молоді все навпаки. Як показує практика, звичайний український користувач віком від 18 років біль «інформаційний» ніж європеєць чи американець. Чому? В них, на відміну від України, дуже активно користуються автоматичні прокладачі карт, голосові помічники та інше ПО, яке дуже спрощує життя, але робить користувача не таким підготовленим. Також в Європі та США активно борються зі спам-рекламою, а в нас вона тільки набрала «популярності». Український користувач звик до складнощів інтернет-життя в виді блокувань, спаму, незручних інтерфейсів, поганого з’єднання, аферистів та інших принад вебу. На виході отримуємо користувача, якого важко чимось здивувати та який підозріло відноситься до кожного інтернет ресурсу[2].

1. Business-To-Consumer (B2C). Википедия, свободная энциклопедия - www.ru. wikipedia.org/wiki/B2C <http://www.ru.wikipedia.org/wiki/B2C>.

2. Леонтьев А.А. Web-дизайн. Руководство пользователя. - М.: Центр, 2000.

СЕКЦІЯ - 8

КОМП'ЮТЕРНА ІНЖЕНЕРІЯ

Голова - д.т.н., проф. Переверзєв А.В.

Співголова - проф. Сабанов С.О.

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЛІТАЛЬНИМ АППАРАТОМ З ЕЛЕМЕНТАМИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Автор: студент гр. КІ-113М Антикуз В. О.
vadim3369@gmail.com
Керівник: д.т.н., професор Переверзєв А. В.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя вул. Кияшка 16-б

Розробка безпілотних літальних апаратів (БПЛА) - одне з найбільш перспективних напрямків розвитку сучасної авіації.

Сьогодні БПЛА використовують не тільки військові, вони активно застосовуються і на «громадянці». Їх застосовують для аерофотозйомки, патрулювання, геодезичних вишукувань, моніторингу об'єктів і навіть для доставки покупок додому. Однак тон в розробках нових безпілотних повітряних систем все ж задають саме військові.

Військові БПЛА виконують безліч завдань. Перш за все, це розвідка - більшість сучасних дронів створені саме для цієї мети.

В наші дні розробляються БПЛА з великою тривалістю польоту, а також здатні вирішувати різноманітні завдання в найважчих умовах. Випробовуються БПЛА, призначені для знищення балістичних ракет, безпілотних винищувачів, мікродронов, здатні діяти великими групами (роями).

Роботи над БПЛА йдуть в десятках країнах світу, над цим завданням працюють тисячі приватних компаній, деякі з сучасних БПЛА вже мають високий ступінь автономності, і ймовірно, що вже в найближчому майбутньому дрони отримають здатність вибирати мету і приймати рішення.

Цивільні БПЛА почали лавиноподібно набирати популярність на початку 2010-х років.

За оцінкою спецыалістів велика частина БПЛА буде використовуватися в обслуговуванні інфраструктурних проектів і в сільському господарстві.

У китайській провінції дрони використовуються для тренувань амурських тигрів - полюючи за літальними апаратами, тигри підтримують свою фізичну форму.

З середини 2010-х років активно розвивається спортивний напрямок - гонки на дистанційно пілотованих апаратах (ДПЛА) або дрон-рейсинг. Керуючи ДПЛА за допомогою виду від першої особи, пілоти повинні пройти тривимірну трасу, утворену ландшафтом і штучними перешкодами на час або на швидкість.

Наукова новизна розробки у напрямку систем управління з елементами штучного інтелекту полягає у аналізі:

1. Методів розділення функцій традиційного («чіткого») управління і управління, що базується на використанні нечіткої логік, за допомогою аналізу функцій чутливості щодо параметрів законів управління внутрішніх та зовнішніх контурів системи.

2. Методів синтезу комбінованих систем управління, що складаються із «чітких» та нечітких підсистем за допомогою лінійних матричних нерівностей та запропоновано процедуру застосування цього методу не тільки для «чітких», але й для нечітких систем управління, що створює уніфіковану програмну підтримку для процедур синтезу.

3. Моделі нечіткої логічної інверсії, що доповнює нечіткий регулятор контуром адаптації для подальшого покращення адаптаційних можливостей інтелектуальної частини системи управління польотом БПЛА.

Значимість.

Отримані наукові результати дозволяють зрозуміти принципи розробки та створення пристроїв, які необхідно розуміти для при створенні систем БПЛА та його використання у необхідних для розробника умовах експлуатації. Також, завдяки отриманих даних можливо створення більш складнішої системи яка буде використовувати отриманні данні від інших БПЛА і використовувати отриманні данні для моделювання подальших дій порівнюючи їх зі створенною базою нестандартних ситуацій або навіть моделювання необхідних дій самостійно.

ПОЛІПШЕННЯ АЛГОРИТМУ ОБРОБКИ ДАНИХ АВТОТЕСТЕРА З ІНТЕРФЕЙСОМ OBD II

Автор: студент групи КІ-113М Базікян В.Г.
bazykyan_vg@econom.zp.ua
Керівник: доцент Сердюк С.М.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка 16-б

В умовах безперервного росту чисельності автомобільного парку України питання про збільшення пропускної спроможності постів діагностики встає дуже гостро. Хронометраж роботи постів діагностики показав, що 40 – 45% усього часу перебування автомобіля на посту діагностики витрачається на допоміжні операції, отримання, обробку і відображення результатів діагностування на моніторі. [1]

Перспективний напрям у вирішенні цієї проблеми є розробка і впровадження швидкодіючих систем отримання і обробки діагностичної інформації.

Аналіз процесу діагностики автомобілів вказав, що одним з найбільш важливих показників, що характеризують даний процес є швидкість отримання необхідної діагностичної інформації у найбільш повному обсязі та з любого автомобіля, який оснащений стандартним роз'ємом діагностики. Зчитування діагностичних параметрів виконується за допомогою модуля зв'язку.

Модуль як правило виконано на інтегральних мікросхемах. Ці модулі забезпечують конвертацію протоколів SAE J1850 PWM, SAE J1850 VPW SAE J1850 VPW, ISO 9141–2ISO 9141–2, ISO 14230ISO 14230 KWP2000, ISO 15765ISO 15765 CAN до стандарту RS-232 або USB. [2]

Проаналізувавши вищесказане з'ясовано що для досягнення високої швидкості роботи посту діагностики потрібне поліпшення алгоритму системи діагностики. На основі вищеприведених міркувань прийняте рішення про модернізацію модуля інтерфейсу який має реалізовувати усі діагностичні протоколи. Це є дуже великою проблемою при використанні мікроконтролерів, тому що мікроконтролери мають обмежені обчислювальні ресурси. [3]

В зв'язку з цім встає завдання, дослідження та оптимізація алгоритмів протоколів для реалізації у мікроконтролерах з невеликою швидкодією.

У роботі проведений аналіз наступних алгоритмів обробки: алгоритми, що частково використовують апаратні реалізації інтерфейсів; алгоритми основані на апаратних перериваннях; алгоритми основані на програмних перериваннях. [4]

Автором виділені наступні критерії оцінювання якості роботи коду алгоритма: швидкодія, об'єм пам'яті який виділяється на алгоритм, та кореляційний коефіцієнт який залежить від відсотка використаних інтерфейсних апаратних ресурсів. Для оцінювання якості автором побудована емпірична залежність якості алгоритму від параметрів мікроконтролеру. За допомогою методів математичного моделювання знайдено оптимальні коефіцієнти кореляції емпіричної залежності. Аналіз результатів оптимізації вказав на те що найбільш швидкодійним алгоритмом є алгоритм який використовує частково апаратні реалізації інтерфейсів.

В роботі уперше проведений аналіз найбільш значимих параметрів роботи алгоритмів обробки даних інтерфейсу OBD II в аспекті швидкості обробки з метою прискорення візуалізації актуальних даних.

Автором роботи розроблена функція якості алгоритму, яка дозволяє визначити коефіцієнт якості алгоритму який може використовуватися як критерійна оцінка при виборі того або іншого типу алгоритма.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Виллис В. Системы диагностирования автомобилей [Текст] / В. Виллис – М.: Техносфера, 2006 – 230 с.
2. Деймс М. Практические советы и решения по диагностике автомобилей Серия: Самоучитель [Текст] / М. Деймс – М.: НТ Пресс, 2007 – 432 с.
3. Микроконтроллеры [Электронный ресурс] / Радиопортал. – Режим доступа: www. URL:http://iprg.ru/forum /index.php?topic=211 – 29.10.2018 г.
4. Томас Х. Алгоритмы: построение и анализ, 3-е издание = Introduction to Algorithms, Temperatura_hightrd Edition [Текст] / Х. Томас – М.: «Вильямс», 2013. – 1328 с.

ВИКОРИСТАННЯ АДАПТИВНИХ АЛГОРИТМІВ В ЗАДАЧАХ РОЗПІЗНАВАННЯ ТЕКСТІВ

Автор: студент групи КІ-217м Григоренко Д.С.
grigorenko_ds@econom.zp.ua
Керівник: професор Сабанов С.О.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка 16-б

Існує ряд істотних проблем, пов'язаних з розпізнаванням рукописних і друкованих символів. Найбільш важливі з них: різноманітність форм накреслення символів; геометричне спотворення зображень; варіації розмірів і масштабу символів.

Як правило, системи автоматичного розпізнавання текстів (OCR) складаються з декількох блоків, які передбачають апаратну або програмну реалізацію:

– оптичний сканер;
– блок локалізації та виділення елементів тексту;
– блок попередньої обробки зображень;
– блок виділення ознак;
– блок розпізнавання;
– блок обробки результатів розпізнавання.

При побудові системи OCR необхідно використовувати методи і алгоритми, що досить невибагливі до яскравісно-геометричних спотворень і складних текстурованих фонів.

В якості таких методів і алгоритмів, можуть бути використані:

– процедури визначення рядків, знакоміст на основі модифікацій перетворення Hough;
– методи, засновані на дослідженні стійких статистичних розподілів точок;
– методи, які використовують інтегральні перетворення;
– структурний аналіз символів.

Для підвищення якості розпізнавання символів і слів необхідно враховувати контекстну інформацію. Використання контекстної інформації дозволяє не тільки знаходити помилки, але і виправляти їх.

Слід зазначити, що інколи досить простий метод порівняння з еталонними символами, дає досить прийнятний результат на заздалегідь відомому наборі еталонів. Застосування цього методу доречно в тих випадках, коли необхідно розпізнавати великі обсяги текстів надрукованих одним шрифтом в єдиному розмірі. При таких умовах результати розпізнавання можуть конкурувати з методами заснованими на використанні нейромереж і не поступатися їм по швидкості розпізнавання. Однак невеликі відхилення вхідних даних від еталонних значень приводять до різкого падіння якості розпізнавання.

ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ ДЕЦЕНТРАЛИЗОВАННЫХ СЕРВИСОВ НА БАЗЕ ТЕХНОЛОГИИ BLOCKCHAIN

Автор: студент группы КИ-113М Зорик Д.А.
zoryk_do@econom.zp.ua
Руководитель: профессор Сабанов С.А.
ЗИЭИТ, Украина, г. Запорожье, ул. Кияшко 16-б

Целью работы является исследование особенностей построения, а также последующего внедрения, технологии blockchain в различные сферы деятельности.

В условиях стремительного развития цифровых и информационных технологий, а следовательно, и в условиях фундаментальных преобразований, следующих за ними, необходимо своевременно определить характер потенциальных системных изменений и наиболее точно расставить приоритеты при выборе той или иной технологии. Одной из задач исследования является анализ конвергентного характера описываемой технологии, что в свою очередь ставит перед собой необходимость рассмотрения данного интеграционного процесса изнутри.

Понятие blockchain является комплексным, что подразумевает непосредственно сам blockchain (как представление и структурирование данных), P2P сеть и механизмы консенсуса. Как представление и структурирование данных, blockchain, можно представить в виде распределенного реестра, а именно – базы данных, принцип которой заключается в совместном пользовании и открытой синхронизации между всеми участниками сети. [3]

Данная сеть придерживается двух главных принципов обмена данными: безопасности и актуальности. Состояние blockchain-сети должно загружаться, синхронизироваться и предоставляться множеством компьютеров одновременно. Данные компьютеры представлены в виде узлов, которые работают совместно в P2P сети. Каждый узел хранит полную и актуальную версию blockchain-сети и обновляется при каждом добавлении нового узла.

Использование P2P сети имеет ряд преимуществ, а именно:

– пользователи всегда имеют возможность проверить состояние blockchain-сети;

– нет необходимости полагаться на безопасность одного сервера;

– для несанкционированного доступа, злоумышленнику необходимо получить доступ сразу к множеству компьютеров, что делает задачу невыполнимой.

Механизмы консенсуса необходимы для согласования правил устройства и работы сети, т.е. то, каким образом к сети добавляются новые блоки, какие из них впоследствии будут считаться действительными и как в целом следует решать конфликтные ситуации. [2]

Открытые децентрализованные системы имеют ряд существенных недостатков, кроме того, одна из главных особенностей, – а именно принцип открытости, – усложняет задачу поддержки конфиденциальности пользователей. [1] Для решения данной проблемы существует ряд методов шифрования данных, среди которых: Secure Multi-Party Computation, Zero Knowledge Proofs, Ring Signature и т.д. В работе описаны принципы работы алгоритмов шифрования и их реализации, а также проведен сравнительный анализ.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. The Blockchain. Understanding Bitcoin: Cryptography, Engineering and Economics [Текст] / Pedro Franco. // John Wiley & Sons, 2014.

2. Blockchain Applications: A Hands-On Approach [Текст] / Vijay Madisetti. // VPT, 2017.

3. Blockchain: The Simple Guide to Everything You Need to Know [Текст] / Jacob William, 2016.

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ АЛГОРИТМІВ ВИРІШЕННЯ ТРАНСПОРТНОЇ ЗАДАЧІ ЗА ДОПОМОГОЮ ОНЛАЙН-РЕСУРСІВ

Автор: студент гр. КІ-113М Іваченков М.В.
ivachenkov_mv@econom.zp.ua
Керівник: професор Сабанов С.О.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка 16-б

Існує досить велика кількість інтернет-ресурсів, що пропонують вирішення та оптимізацію транспортної задачі в режимі онлайн. Аналіз алгоритмів, що використовуються з цією метою показує, що такі сервіси можна розбити на три групи.

Першу, найбільш численну групу, складають ресурси, що застосовують під час підрахунку опорного плану методи мінімального елементу та північно-західного кута.

Друга група сайтів, разом з вищезгаданими алгоритмами, застосовує також апроксимацію Фогеля. Функціонал при цьому часто доповнюється можливістю вибору методу, що покращує опорний план (метод потенціалів, розподільний метод, угорський метод), а також можливістю вибору цільової функції, яка застосовуватиметься в розрахунках.

У третю групу ресурсів можна включити ті, які базуються на симплекс-методі, що оптимізує завдання лінійного програмування шляхом перебору вершин опуклого багатогранника у багатовимірному просторі. Проведений аналіз також показує, що рішення транспортної задачі з використанням методу послідовного поліпшення плану або методу послідовного уточнення оцінок у вигляді онлайн-сервісів взагалі не зустрічаються. Вірогідні причини цього, швидше за все, можна зв'язати з числом змінних завдання (m*n) і числом обмежень (m+n).

ВИБІР ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СУБД ДЛЯ СТВОРЕННЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ УПРАВЛІННЯ ДОСТУПОМ ТА ДОКУМЕНТООБІГУ

Автор: студент групи ІПЗ– 118(м) Капінус Р.С.
rodionik17@gmail.com
Керівник: ст. викладач Жеребцов О. А.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка 16-б

Використання електронної системи документообігу та контролю доступом на підприємстві є актуальною задачею, це значною мірою спрощує роботу співробітників підприємства, скорочує час їхньої роботи, оптимізує штат.

Мета даного проекту є вибір та обґрунтування системи управління баз даних (СУБД), яка буде підтримувати системи документообігу та контролю доступом на підприємстві.

Під час аналізу були використані наступні СУБД: Oracle, MySQL та MS SQL Server. Критеріями вибору є безпека, умови користування, стабільність та надійність, швидкодія та гнучкість.

Результати аналізу показали доцільність використання MySQL. Це обумовлено такими показниками:

- Швидкодія та гнучкість : реляційна база даних зберігає дані в окремих таблицях. Таблиці пов'язані певними відносинами, що роблять можливим об'єднати дані з декількох таблиць в одному запиті.

- Безпека : щоб забезпечити безпеку в MySQL, ви повинні тільки мати копії та реєстрацію модифікацій. З цим ви можете відновити фактично будь-яке пошкодження бази даних. Надійність і цілісність у цього пакета стоять на першому місці.

- Умови використання : MySQL для некомерційних цілей поширюється безкоштовно.

- MySQL є крос-платформної базою : в силу того, що частка використання MySQL в світовій IT індустрії становить понад 70%, на сьогоднішній день ця СУБД є найбільш розвинутою.

Системою управління проектами в режимі онлайн була обрана Trello, через низку наступних переваг: простий інтерфейс, необмежений безкоштовний доступ, зручність в роботі і можливість інтеграції з іншими популярними інструментами для онлайн-роботи.

Таким чином MySQL, завдяки своїй багатій функціональності, у повному обсязі підходить для вирішення поставленого спектра завдань. А Trello, у свою чергу, допоможе у вирішенні проблем з донесенням інформації до інших членів групи.

ОПТИМІЗАЦІЯ АЛГОРИТМУ МОДУЛЯ ЗЧИТУВАННЯ ПАРАМЕТРІВ ЕЛЕКТРОМЕРЕЖІ СИСТЕМИ «РОЗУМНИЙ БУДИНОК»

Автор: студент групи КІ-113М Коваль С.О.
koval_so@econom.zp.ua
Керівник: доцент Сердюк С.М.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка 16-б

Одним з найбільш важних модулів в системі «Розумний будинок» являється модуль зчитування параметрів електромережі. За допомогою цього модуля виконується моніторинг наявності напруги і у разі аварійної ситуації проводиться перемикання системи «Розумний будинок» до безперебійного джерела живлення.

Так само цей модуль дозволяє створювати на базі системи «Розумний будинок» дистанційно керовані блоки захисту від перенапруження побутової техніки.

При вимірюванні мережевої напруги використовують діюче значення, тому що в системі «Розумний будинок» застосовуються системи резервного живлення з інверторами з квазісинусоїдальною вихідною напругою, при їх використанні крива напруги або значно спотворюється, або заміняться прямокутними імпульсами.

Таким чином, отримаємо розраховане значення діючого значення мережевої напруги за період на кожному напівперіоді мережевої напруги за формулою (1):

$$V = \sqrt{\frac{1}{N_1 + N_2}\left(\sum_{i=0}^{N_1} v_i^2 + \sum_{j=0}^{N_2} v_j^2\right)}; \quad (1)$$

де N – дискретні відлики;

v – напруга зчитана у максимумі та при переході крізь вісь.

Проаналізувавши алгоритм який реалізує перетворення напруги за формулою (1) можна зробити висновок, що цей алгоритм не є швидкодійним. Це є дуже великою проблемою при використанні малопотужних недорогих мікроконтролерів.

В зв'язку з цім встає завдання дослідження та оптимізації алгоритма зчитування мережевої напруги для роботи у мікроконтролерах RISC з гарвардською архітектурою.

Підвищення швидкості роботи алгоритму зчитування параметрів електромережі, а так само точність перетворення є досить актуальними завданнями.

Автором запропонована методика оцінювання швидкості і точності роботи алгоритму яка базується на функції прогнозу яка може бути єкстраполірована для майбутніх моделей мікроконтролерів. За допомогою функції було встановлено, що найшвидшим та точним алгоритмом є алгоритм який використовує так звану дискретизацію за часом та за рівнем сигналу з кроком дискретизації по рівню 0,5 вольт.

У роботі вперше було розроблено та використано функцію прогнозу яка має потенціал для єкстраполяції з урахуванням параметрів мікроконтролерів наступних поколінь. За допомогою функції прогнозу було обрано методику дискретизації за часом та за рівнем сигналу з кроком дискретизації по рівню 0,5 вольт.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Никман М. Практические советы и решения по созданию "Умного дома" Absolute Beginner's Guide to Home Automation Серия: Самоучитель [Текст] / М. Сопер – М.: НТ Пресс, 2007 – 432 с.
2. Микроконтроллеры AVR [Электронный ресурс] / Радиопортал. – Режим доступа: www. URL:http://avrmk.ru/forum /index.php?topic=211 – 01.11.2018 г.
3. Игошин В. И. Математическая логика и теория алгоритмов. — 2-е изд., стер. [Текст] / В. И. Игошин – М.: ИЦ «Академия», 2008. – 448 с.

ОПТИМІЗАЦІЯ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ БЕЗПІЛОТНИМ ЛІТАЛЬНИМ АПАРАТОМ

Автор: студент гр. КІ-217М Кучер В.О.
stray0384@gmail.com
Керівник: д.т.н., професор Переверзєв А. В.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка 16-б

Безпілотні літальні апарати є сектором авіації, який розвивається дуже швидко і має великий потенціал для зростання і створення нових робочих місць.

Термін «безпілотний літальний апарат» включає як великі літаки, аналогічні за розміром і складністю пілотованому літаку так і невеликі електронні пристрої для персонального використання.

Сьогодні технології з використанням дронів застосовуються в агрогосподарствах для точного, своєчасного і ефективного внесення добрив та пестицидів, для інспектування безпеки інфраструктурних об’єктів, таких як залізничні колії, дамби, канали, лінії електропередач, трубопроводи, автодороги.

Впроваджуються технології попередження катастроф та пом’якшення їх наслідків, наприклад, обльоти затоплених територій та підтримка пожежогасіння.

Складність процедур управління БПЛА, особливо на місцевості зі складним рельєфом або високою щільністю забудови, в умовах обмеженої видимості або складних метеоумовах призводить до необхідності тривалої спеціальної підготовки операторів дистанційно-керованих БПЛА. Тому сучасною тенденцією розвитку БПЛА є їх інтелектуалізація, що пов'язано з розробкою алгоритмів інтелектуального управління та обробки інформації в масштабі реального часу. При цьому основною проблемою, з якою стикаються розробники, є проблема автоматичного розпізнавання об'єктів в реальному масштабі часу за даними, що надходять від сенсорів БПЛА.

Для успішного розпізнавання об'єктів необхідно вирішено ряд взаємопов'язаних завдань: вибір інформативних ознак об'єктів розпізнавання, вибір способу опису ознак, що мінімізує обчислювальні витрати на розпізнавання, вибір процедури прийняття рішень в реальному часі. Специфікою проблеми розпізнавання об'єктів за даними сенсорів БПЛА є істотна апріорна невизначеність щодо кількості класів об'єктів, їх ознак і характеристик, що не дозволяє використовувати традиційні методи розпізнавання об'єктів, орієнтовані на пост обробку даних.

Метод наукового дослідження: аналіз. З грецького – розкладання – метод пізнання, який дозволяє розчленовувати предмети дослідження на складові частини (звичайні елементи об’єкта або його властивості і відношення).

Метою написання роботи є дослідження і порівняльний аналіз систем розпізнавання образів, які використовуються у БПЛА.

Проведено аналіз основних завдань, що вирішуються за допомогою БПЛА, типового складу сенсорів і інформативності даних, що поставляються ними, визначено перелік ситуацій, що вимагають застосування методів розпізнавання, і ступінь характерної для них апріорної невизначеності. Запропоновано підходи до побудови систем розпізнавання, що навчаються самі, засновані на теоретико-інформаційних умовах і методах автоматичної класифікації об'єктів, і шляхи подолання апріорної невизначеності в задачах розпізнавання, засновані на методі ймовірнісної фільтрації багатовимірних ознакових просторів.

Об'єктом дослідження є систем розпізнавання образів.

Предметом дослідження є системи розпізнавання образів.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що вперше наведено порівняльну характеристику систем розпізнавання образів у БПЛА. Отриману характеристику можна в подальшому застосовувати для вибору безпосередньо системи розпізнавання.

Практична цінність: виявлення специфічних недоліків та переваг систем з метою ефективного практичного використання.

Було наведено загальну характеристику систем БПЛА. Розглянуто тенденції використання безпілотних літальних апаратів, наведено сфери їх застосування, а також продемонстровано модель доставки даних. Показано актуальність використання БПЛА в нинішній час. Основуючись на цих даних, зроблено висновки про важливі напрями розвитку у БПЛА, такі як їх повна атоматизація, частиною якої є система розпізнавання образів, на основі чого представлено загальну характеристику систем розпізнавання образів. Показано, що методи розпізнавання образів – напрямок у технічних науках, пов'язаний з розробкою принципів і побудовою систем, що призначені для означення належності досліджуваного об’єкту до конкретного класу із заздалегідь виділених. Наведено основні методи навчання нейронних мереж, які потенційно можуть бути використані у БПЛА. На основі цього представлені системи розпізнавання образів для моделей БПЛА. Виконано порівняльний аналіз різноманітних моделей систем порівняння, які найбільше використовуються в нинішній час. Показано, що найбільш ефективним і точним з порівнюваних є алгоритм GLOH, від якого не дуже відстає алгоритм SIFT.

ВДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМУВАЧА ІМПУЛЬСІВ ЕЛЕКТРОКАРДІАЛЬНИХ ЕЛЕКТРОДІВ НА БАЗІ МІКРОКОНТРОЛЕРІВ

Автор: студент групи КІ-113М Кучеренко Е.А.
kucherenko_ea@econom.zp.ua
Керівник: професор Переверзєв А.В.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка 16-б

У основі електростимуляції серця лежить той факт, що електричними імпульсами певної форми, амплітуди, тривалості можна замінити природні сигнали центрів автоматизму серця, керівники його ритмом. У відповідь на електричний імпульс виникає скорочення екстрасистоли серця. [1]

Аналіз принципів електричної стимуляції серця показав, що підвищення якості роботи формувачей імпульсів для електрокардіальних електродів веде до приближення стимуляції міокарду к природньому процесу та зниження електроспоживання електрокардіостимулятором, що значно продовжує його автономну роботу. Необхідність поліпшення якості життя і максимальної реабілітації пацієнта після операції вимагають мініатюризації самого електрокардіостимулятора. Це викликає необхідність зменшення фізичної ємності джерела живлення при збереженні тривалості функціонування. [2,3]

Тому для дотримання таких суперечливих вимог необхідно супроводження стимуляції в режимах, максимально щадних до джерел живлення. Найбільш оптимальним методом для цього є зниження потужності стимулюючого імпульсу, що досягається зменшенням амплітуди і ширина стимулюючого імпульсу. [3]

Автором розроблена модель електрокардіального електроду при взаємодії з серцевою тканиною.

Проаналізовані програмно-апаратні рішення формувачей імпульсів, проведено аналіз якості формуємих імпульсів та частотний аналіз стимулюючого імпульсу з використанням моделі приведеної на рисунку 1.

Дослідження вказало на те, що найменш енергоспоживаючими та найбільш трансформуємим під різні задачі є формувачі виконані на мікроконтролерах з мінімальною кількістю дискретних компонентів. Такі формувачі можіть бути оснащені технологією бездротової мікромережі, це дозволить коректувати параметри електрокардіо стимулятора не проводячи операції.

У цій роботі уперше проведений дослідження та аналіз найбільш значимих параметрів формувачей імпульсів для електрокардіальних електродів засобами моделювання у програмному середовищі. Процес моделювання дозволяє виконувати усі досліджувально–проектувальні операції без втручання до серця пацієнта.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чудінов Г.В., Дюжіков А.А., Никітченко А.П. Перший досвід інтервенційного видалення ендокардіального електроду для постійної електрокардіостимуляції з використанням ексимерного лазера “Spectranetic”. - Вісник аритмологии, 2006 № 43, с. 62-64.

2. Бокерчя Л. Л., Ревтштпі А. III., Дубровській П. А. і ін. Інтервенційне і хірургічне лікування порушень ритму сердид (Російська і Європейська бази даних). -М.: НЦССХ ім. АН. Бакульова, 2005.

3. Engineering concepts of pacemaker electrodes. In book: Advances in Pacemaker Technology /Ed. by M. Schaldach and S. Fmman. - Berlin-Heidelberg-New York, Springer-Verlag, 1975, pp. 241-272.

ВИБІР ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ОПЕРАЦІЙНИХ СИСТЕМ ТА МОВ ПРОГРАМУВАННЯ ДЛЯ СТВОРЕННЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ УПРАВЛІННЯ ДОСТУПОМ ТА ДОКУМЕНТООБІГУ

Автор: студент групи ІПЗ– 118(м) Литвинов В. О.
1vladislav1litvinov1@gmail.com
Керівник: ст. викладач Жеребцов О. А.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка 16-б

На сьогоднішній час актуальною задачею є використання засобів автоматизації діяльності підприємства. Це створює сприятливі умови праці, скорочує час опрацювання даних та підвищує надійність.

При створенні даних систем важливою задачею є обґрунтований вибір інструментарію розробки, що зумовлено специфікою підприємства, засобами встановлення та налагодження системи, її подальшою підтримкою та обслуговуванням.

Таким чином метою даного проекту є вибір та обґрунтування операційної системи (ОС) для серверної частини бази даних, вибору мов програмування (МП) клієнтської частини.

Під час роботи були проаналізовані наступні операційні системи: Windows Server 2008 R2, Debian та Ubuntu. За критерії були обрані поширеність, умови розгортання на апаратному комплексі підприємства, стабільність та надійність, умови користування.

Аналіз показав, що під час розробки серверної частини доцільним є використання ОС Linux. Це обґрунтовано високими показниками критеріїв, зручним інструментарієм для розробників та адміністраторів, ліцензією GNU (безкоштовне ПЗ) .

З урахування вибору серверної частини, а також пріоритетним використанням веб-клієнтської частини системи документообігу був обраний наступний пакет МП: PHP, JavaScript. Це обумовлено наступними показниками:

- - практичність - мова програмування повинна надати розробнику кошти для вирішення поставленого завдання. Завдяки своїй багатій функціональності PHP відмінно підходить для вирішення широкого спектра завдань;
- - кросплатформеність - PHP може бути запущений в будь-якій операційній системі, включаючи юніксоід, а також дозволяє не турбуватися про перенесення самих скриптів PHP. Ви можете писати і налагоджувати PHP скрипти на різних платформах ОС;
- - поширеність - спочатку PHP створювався як налаштування на Perl, тому мова поєднує в собі переваги Perl і C. Код PHP дуже схожий на написаний на C, що помітно знижує зусилля при вивченні цієї мови;
- - ефективність - один з найважливіших факторів при виборі мови програмування. Завдяки своєму "движку", сценарії в PHP виконуються з великою швидкістю, що дозволяє створювати на PHP серйозні WEB-додатки;
- - гнучкість - так як PHP є вбудовуваною мовою, це дає надзвичайну гнучкість в процесі розробки. Найчастіше сценарії PHP інтегруються в HTML сторінки, але при необхідності можуть вбудовуватися і в JavaScript, WML, XML та інші мови;
- - безпека - у PHP реалізовані гнучкі і ефективні засоби безпеки, в тому числі ряд надійних механізмів шифрування. Крім того, так як сценарії компілюються на стороні сервера, їх вихідний текст не можна переглянути в браузері. Дрібниця а приємно. Ваші геніальні сценарії не підгляне допитливий очей просунутого користувача;
- - бази даних - одним з найбільших переваг PHP є підтримка великої кількості баз даних (більше 20 видів). Крім того, PHP підтримує DBX для роботи на абстрактному рівні і ODBC, що дозволяє працювати з будь-якою базою даних, яка підтримує ці стандарти.

Таким чином, завдяки своїй багатій функціональності, PHP у повному обсязі підходить для вирішення поставленого спектра завдань.

СТВОРЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ КОНТЕКСТНО-ЗАЛЕЖНИХ СИСТЕМ ПІДТРИМКИ ДІАЛОГУ З КОРИСТУВАЧЕМ

Автор: студентка гр. КІ-113М Мазнєва К.К.
mazneva_kk@econom.zp.ua
Керівник: професор Сабанов С.О.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка 16-б

Незважаючи на велику кількість наукової і технічної літератури, присвяченої опису процесів моделювання та побудови машинних природно-мовних систем (МПМС), жодна з актуальних задач таких систем в даний час, практично, не має задовільного рішення. Не існує і програм людино-машинного інтерфейсу, машинного перекладу або запиту до бази даних, які б могли претендувати на більш-менш задовільний рішення цих проблем. Навіть найдетальніші та найскладніші моделі опису природної мови людини не дають в даний час задовільних практичних результатів.

Відомі на даний момент лінгвістичні моделі можна розділити на наступні класи:

1) когнітивні (семантико-контекстні);

2) діалогові моделі типу «запитання-відповідь» (або інтерактивні моделі);

3) концептуально-формальні моделі;

4) концептуально-функціональні моделі.

Найскладнішими є моделі, що відносяться до першого класу. Вони включають найбільшу кількість різних взаємопов'язаних мовних рівнів, враховують особливості природної мови (включаючи неповноту і контекст). Моделі другого класу є найбільш розробленими і представленими в експериментальних і практичних реалізаціях. Їх відмінна риса – обов'язковий вміст спеціальних блоків формування образу відповіді на запит або реакцію на відповідь. Лінгвістичні моделі класу 4 містять елементарні складові, з яких будуються моделі трьох перших класів.

Діалог людини з машиною означає інтерактивний обмін посланнями між користувачем і системою відповідно до обумовленого мовою (мовами) і формою (формами) діалогу. Найбільш вивчена і розвинена на даний момент форма взаємодії користувача з автоматизованою системою протікає в режимі, коли активність проявляє користувач, а на запит реагує система. При цьому успішний пошук інформації в базі даних і генерування відповідної відповіді, головним чином, залежать від того, наскільки коректно система зможе інтерпретувати питання користувача.

Проведені дослідження показують, що жодна з доступних існуючих програмних розробок не містить модулів, призначених для аналізу природно-мовних відповідей людини за змістом, тобто задача семантичного аналізу природно-мовних текстів в традиційних системах остаточно не вирішена. Найбільш оптимальним варіантом реалізації простих машинних інтерфейсів, очевидно, можна вважати діалогову запитово-відповідну лінгвістичну модель.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Lin, J. (2002). The Web as a Resource for Question Answering: Perspectives and Challenges. In Proceedings of the Third International Conference on Language Resources and Evaluation (LREC 2002)

2. Городецкий, Б.Ю. Компьютерная лингвистика: моделирование языкового общения [Текст] / Б. Ю. Городецкий // Новое в зарубежной литературе. М.: «Прогресс». Вып. XXIV. Компьютерная лингвистика. Под ред. Городецкого Б.Ю.

3. Современные исследования в области функциональной лингвистики [Электронный ресурс] / История языкознания – Режим доступу : www. URL:http://www.vitaeauct.narod.ru/011/vrb/bk_ 0001/1002.htm

ПРОЕКТ СТВОРЕННЯ МОДУЛЬНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ДОСТУПОМ ТА ДОКУМЕНТООБІГУ ПрАТ «ПВНЗ «ЗІЕІТ»

Автор: студент групи КІ–118 м Макаренко Є. О.
zhekamakarenko532@gmail.com
Керівник: ст. викладач Жеребцов О. А.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка 16-б

На сьогоднішній час супровід документообігу з використанням ЕОМ значною мірою спрощує роботу співробітників підприємства, скорочує час їхньої роботи, оптимізує штат.

Мета даного проекту полягає в створенні модульної системи контролю і управління доступом та системи електронного документообігу підприємства. Аналізуючи існуючі програмні продукти системи електронного документообігу та системи контролю керування доступом з'явилася ідея для створення модульної системи.

Для створення модульної системи електронного документообігу та розширення можливостей роботи співробітників підприємства буде вирішено розробити проект, який представляє собою веб-інтерфейсну частину на стороні клієнта. Актуальність даного проекту полягатиме в тому, що веб-інтерфейсною частиною можна буде користуватися незалежно від ОС та незалежно від платформи. Веб-інтерфейсна частина буде завантажуватися в будь-якому браузері з будь-якого пристрою.

Основні задачі даного проекту:

- вивчення матеріалу системи управління доступом та документообігу

- вибір необхідних інструментів для розробки

- розробка інтерфейсної частини

Система контролю і управління доступом – це комплекс технічних та програмних засобів безпеки, що здійснює регулювання входу/виходу та переміщень людей чи транспортних об'єктів на територіях, які знаходяться під охороною, для адміністративного моніторингу та попереджень несанкціонованого проникнення.

За допомогою системи контролю доступу також досягається:

- ідентифікація осіб, що мають право доступу;

- розмежування доступу до різних приміщень;

- керування автоматичними режимами;

- реєстрація часу перебування особи на об'єкті;

- обробка інформації та ведення статистики.

У даному проекті була проаналізована предметна область та створена модульна ER-модель. Дана ER-модель буде використана для створення модульної системи електронного документообігу підприємства. Однак інтерфейсна частина має ряд недоліків (неповноцінна підтримка інтерфейсної частини, інтерфейсна частина є ресурсоємною, написана під конкретну операційну систему). При чому перехід на аналогічні продукти інших розробників не є доцільними. Таким чином створення нової модульної системи може бути впроваджено для будь-якого підприємства

ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ КРОСПЛАТФОРМЕНИХ ІГРОВИХ ДВИЖКІВ ДЛЯ РОЗРОБКИ МОБІЛЬНИХ ІГОР

Автор: студент гр. КІ-113М Манін О.М.
manin_om@econom.zp.ua
Керівник: професор Сабанов С.О.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка 16-б

Сучасні ігри – це досить складні додатки, а враховуючи існування декількох мобільних платформ, на які зобов'язані орієнтуватися розробники, складність створення таких додатків значно зростає.

Розподіл ринку мобільних платформ в світі показує, що найпоширенішою операційною системою є Android (займає 67% усього ринку). Другою за розповсюдженістю є Apple iOS (30%). Windows Phone (1,5%) та інші операційні системи складають зовсім незначну частку [1]. Такий стан справ диктує розробникам умови при яких створювати мобільний додаток тільки під одну платформу є економічно недоцільним. Навіть з урахуванням тенденції зменшення на ринку пристроїв на базі Symbian, BlackBerry і Windows Mobile, процентне співвідношення платформ не сильно зміниться, оскільки ОС, що залишилися поділять між собою нішу, що звільнилася. У зв'язку з цим набагато доцільніше розробляти додатки відразу під декілька платформ.

Класичним типом розробки додатків (у тому числі ігор) для мобільних пристроїв є нативне програмування. До переваг цього підходу можна віднести:

– максимальну інтеграцію з платформою;

– найбільш ефективне використання апаратних ресурсів пристроїв;

– більшу кількість документації, що доступна розробнику.

Серед недоліків можна відмітити витрати на додаткові команди розробників та складність підтримки програмних продуктів. [3]

Враховуючи те, що нативними мовами програмування для трьох основних платформ (iOS, Android, Windows Phone) є Objective C, Java та C#, традиційна розробка додатків під декілька платформ стає ще складнішою. Також не варто забувати, що для розробки під різні платформи стандартно використовуються і різні середовища програмування: XCode, Eclipse, Microsoft Visual Studio. Це може сильно ускладнювати процес розробки.

Альтернативою в даній ситуації може виступати розробка з використанням кросплатформених ігрових движків – деякого проміжнього програмного забезпечення (middleware), яке дозволяє розробникам абстрагуватися від використання низькорівневих API, а також не вдаватися в особливості роботи операційних систем. Ігрові движки містять набір взаємопов'язаних інструментів для створення більшості компонентів гри: графіки, фізики, звуку, штучного інтелекту, роботи з мережею, скриптів і ігрової логіки. Крім цього, використання ігрових движків також забезпечує мультиплатформеність додатків, тому що більшість популярних движків підтримують цілу низку як сучасних, так і досить старих ОС.

Порівняльний аналіз методів розробки складних мультиплатформених додатків, зокрема ігор, показує явну тенденцію співіснування концептуально різних підходів в програмуванні, кожен з яких має свої достоїнства і недоліки. Аналіз динаміки ринку додатків дозволяє зробити висновок про поступове витіснення методики нативного програмування і переходу до використання кросплатформених движків.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Статистика мобильных операционных систем от NetMarketShare за октябрь 2017 г. [Електронний ресурс]/ – Режим доступу: www. URL: http://www.oszone.net/30838/Windows_Phone_Has_1_41_Market_Share

2. Выбираем мультиплатформенный движок для разработки собильных игр//Хабрахабр. [Електронний ресурс]/ – Режим доступу: www. URL:http://habrahabr.ru/blogs/gdev/123331

3. Фримен Э. Паттерны проектирования [Текст] / Э. Фримен, Э. Фримен, Б. Бейтс – СПб: «Питер», 2015 – 656 с.

РОЗРОБКА КРОСПЛАТФОРМНОГО ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРИВИМІРНОГО МОДЕЛЮВАННЯ

Автор: студент групи ІПЗ-117к Перекупенко С.О.
stanislavperekupenko@gmail.com
Керівник: ст. викладач Жеребцов О. А.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка 16-б

Питання моделювання технологічних, фізичних та інших процесів є актуальною задачею, тому що це може спростити, систематизувати та зробити більш безпечним стадії проектування, впровадження та налагодження.

Метою даної роботи є розробка програмного продукту під керуванням операційних систем windows або android, що забезпечує моделювання внутрішнього простору і оточення приміщень. Для досягнення мети поставлені наступні задачі: створення дружнього інтерфейсу користувача, спрощення ресурсоємності при достатньому рівні якості графіки, оптимізація функцій движка з метою поліпшення стабільності роботи.

Вирішення даного питання можливо декількома способами:

1. Створення власного продукту використовуючи мову програмування з підтримкою компонентів 3d моделювання DirectX та OpenGL;
2. Системи автоматизованого проектування з підтримкою елементів 3д- моделювання;
3. Програми розробки систем тривимірного моделювання, що засновані на ігровому движку.

Аналіз запропонованих варіантів показав доцільність використання останнього варіанту, через його гнучкість та легкість у використанні.

На сьогоднішній час для розробки власного продукту можна виділити наступні системи з графічними ситемами на ігрових движках:Unreal engine 4, Unity, CryEngine.

Після порівняльного аналізу цих систем було вирішено розробляти на Unreal Engine 4. Unreal Engine - повністю безкоштовний ігровий движок з відкритим вихідним кодом, розробляється і підтримується компанією Epic Games. Написанний на мові C++, движок дозволяє створювати Додатки для більшості операційних систем і платформ. Крім створення ігор, движок застосовуватися для роботи з графікою, в кінематографі, наприклад, для створення спецефектів, і в освітніх цілях.

Головні процеси при розробці додатку на Unreal Engine 4 :

1. Проектування — планування всіх систем та інтерфейсу;
2. Написання коду — реалізяція запланованого у першому пункті за допомогою UE4;
3. Заповнення контентом- створення сцени , налаштування інтерфейсу , заповмення 3d моделями та налаштування об'єктів ;

Зроблений додаток дозволяє без глибоких знань в IT сфері з легкістю проектувати приміщення на операційних системах windows або android.

Даний програмний продукт реалізував у собі поставлені задачі та дозволяє використовувати його під час проектування приміщень та їх оточення. Це підтверджується зацікавленістю у його придбанні користувачами за допомогою онлайн магазину Epic Games Marketplace у кількості 5 шт.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ WEBSOCKET И NODEJS В МУЛЬТИКОРИСТУВАЦЬКИХ ДОДАТКАХ

Автор: студент групи КІ-113М Пилип С.Д.
pulup_sd@econom.zp.ua
Керівник: проф. Сабанов С.О.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка 16-б

Стек мережевих протоколів TCP\IP вже досить давно витіснив інші рішення, як в глобальних, так і в локальних мережах. Це універсальне рішення, можна використовувати в будь-якій операційній системі. [1]

WebSocket – це протокол полнодуплексного зв'язку поверх TCP-з'єднання. Тобто за допомогою цього протоколу можна передавати і приймати повідомлення одночасно. Він дозволяє в режимі реального часу обмінюватися повідомленнями між браузером і сервером. WebSocket вирішує кілька проблем з REST або HTTP в цілому: він двонаправлений, забезпечує повний дуплекс, використовує одне підключення TCP. [2]

NodeJS – це нова платформа для розробки веб-додатків, серверів додатків, довільних мережевих серверів і клієнтів, та й взагалі для програмування. Вона спроектована так, щоб забезпечити найвищу масштабованість мережевих додатків за рахунок вдалого поєднання асинхронного введення/виведення, використання JavaScript на стороні сервера, використання анонімних функцій JavaScript і однопоточної подіє-орієнтованої архітектури. [3]

Серверну технологію NodeJS використовують в багатьох комп’ютерних сферах. Серед найбільш відомих користувачів даної технології можна назвати Netflix, PayPal, Uber, IBM, Microsoft.

Прийнята в Node модель принципово відрізняється від поширених платформ для побудови серверів додатків, в яких масштабованість досягається за рахунок багатопоточності. Стверджується, що завдяки подіє-орієнтованій архітектурі знижується споживання пам'яті, підвищується пропускна здатність і спрощується модель програмування. Зараз платформа Node швидко розвивається, і багато хто вважає її привабливою альтернативою традиційному підходу до розробки веб-додатків – на базі Apache, PHP, Python.

В основі Node лежить автономна віртуальна машина JavaScript з розширеннями, що роблять її придатною для програмування загального призначення з упором на розробку серверів додатків. Платформу Node не має сенсу прямо порівнювати ні з мовами програмування, які зазвичай використовуються для створення веб-додатків (PHP/Python/Ruby/Java та інші), ні з контейнерами, що реалізують протокол HTTP (Apache/Tomcat/Glassfish тощо). У той же час багато хто вважає, що потенційно вона може замінити традиційні стеки веб-додатків. [4]

Socket.IO – JavaScript-бібліотека для веб-додаткыв і обміну даними в реальному часі. Складається з двох частин: клієнтської, яка запускається в браузері і серверної для NodeJS. Обидва компоненти мають схожий прикладний програмний інтерфейс. Подібно NodeJS, Socket.IO подіє-орієнтована. [5]

Socket.IO головним чином використовує протокол WebSocket, але якщо потрібно, може задіяти інші методи, наприклад Adobe Flash сокети, JSON-запити або AJAX-запити, надаючи той же самий інтерфейс. Крім того, що Socket.IO може бути використана, як оболонка для WebSocket, вона містить багато інших функцій, включаючи розподіл на кілька сокетів, зберігання даних, пов'язаних з кожним клієнтом, і асинхронне введення/виведення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. TCP/IP - Учебный курс. [Текст] : навч. Посібник / Лора А. Чеппел, Эд Титтел – Эксмо, 2012. – 196 с.
2. WebSocket - Lightweight Client-Server Communications. [Текст] : навч. Посібник / Andrew Lombardi – O'reilly, 2015. – 138 с.
3. Node.js in Action 2nd Edition [Текст] : навч. посібник / Alex R. Young, Bradley Meck – TheBook, 2014. – 392 с.
4. Web разработка под нагрузки - Mysql, Nginx, Elastic, Redis. [Електронний ресурс] – Режим доступу: www. URL: https://ruhighload.com/ – 07.12.2017.
5. Socket.io Real-time Web Application Development [Текст] : навч Посібник / Rohit Rai – 2013. – 140 с.

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ УПРАВЛІННЯ ДОСТУПОМ ПрАТ «ПВНЗ «ЗІЕІТ»

Автор: студент групи КІ–118 м Сапунов М. В.
doreat07@gmail.com
Керівник: ст. викладач Жеребцов О. А.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка 16-б

На сьогоднішній час для охорони приміщень, чи виявлення пожеж майже повсюди використовують комплекси технічних та програмних засобів безпеки, що значно покращує захист та виявлення пожежі, чи інших загроз для підприємства.

Мета проекту: для забезпечення безпеки великої кількості людей все частіше стали встановлювати контроль доступу на прохідній університету - СКУД. Це технічний пристрій (турнікет, шлагбаум), мета якого: обмеження, реєстрація та контроль проходу людей на задану територію. Всі студенти, а також викладачі та технічні працівники, отримують пропуск - безконтактні карти доступу. Вони автоматично зчитуються при проході, ідентифікуючи таким чином людини. Якщо інформація вірна, дозволяють прохід.

Додаткові завдання СКУД для навчального закладу:

- облік робочого часу;

- ведення бази даних відвідувачів/персоналу;

- віддалене управління;

- інтеграція з системою відеоспостереження;

- інтеграція з системою охорони або пожежною сигналізацією.

Все це розширює можливості і централізує систему управління безпеки. А значить, дає можливість швидко реагувати на ті загрози. Контроль доступу на прохідній навчального закладу це не тільки важливий елемент безпеки, але і дисципліна персоналу. За допомогою спеціального програмного забезпечення можна вести облік проведеного на робочому місці часу, запізнень і відсутності кожного працівника.

Система контролю доступу для інституту також може використовуватися для обліку відвідуваності лекцій. У базу даних СКУД потрібно занести розклад занять, семінарів і т.д. Там же зберігається час приходу і відходу кожного студента, яке потім порівнюється з часом його занять.

Система контролю і управління доступом – це комплекс технічних та програмних засобів безпеки, що здійснює регулювання входу/виходу та переміщень людей чи транспортних об’єктів на територіях, які знаходяться під охороною, для адміністративного моніторингу та попереджень несанкціонованого проникнення. Турнікети відносять до СКУД-пристроям, отже вони дозволяють однозначно фіксувати факт проходу, його напрямок і особистість співробітника. На основі таких архівів баз даних можливо вести облік робочого часу, фіксувати запізнення, спроби проникнення в особливо охоронювані приміщення і тд.

За допомогою системи контролю доступу також досягається:

- ідентифікація осіб, що мають право доступу;

- розмежування доступу до різних приміщень;

- керування автоматичними режимами;

- реєстрація часу перебування особи на об’єкті;

- обробка інформації та ведення статистики.

Контроль в друкувальному центрі відбувається за рахунок кількості грошових засобів на карті пропуску. Друк виконується тільки в тому випадку, коли на карті достатня кількість грошових засобів для проведення даної операції.

В бібліотеці за допомогою пристрою, який зчитує штрих-код книг, методичних вказівок та інших підручних засобів відбувається контроль по кількості днів взятого підручного засобу. Якщо книга не принесена вчасно, то за кожний наступний день нараховується штраф, який необхідно виплатити під час віддачі книги назад в бібліотеку.

Впровадження СКУД дозволяє організувати безпеку та контроль об’єктів без залучення великої кількості працівників охорони та стабільну роботу автоматизованих систем у режимі 24/7.

РОЗРОБКА СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ В УПРАВЛІННІ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ

Автор: студентка гр. КІ-217М Солодка Н. В.
solodkanv@ukr.net
Керівник: д.т.н., професор Переверзєв А. В.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка 16-б

Актуальність теми дослідження обумовлена тим, що модель роботи з документацією в державній установі впливає на якість роботи її структурних підрозділів, виконавську дисципліну управлінських працівників. Ефективне керування документаційними потоками зменшує час прийняття рішення, забезпечує достовірність інформації і своєчасність її обробки.

Об'єктом даного дослідження є система електронного документообігу. Предметом дослідження виступають процеси, роботи, здійснювані в ході вибору ефективної системи організації документообігу управління соціального захисту населення. Мета дослідження полягає у висвітленні питань щодо використання електронної системи документообігу у органах державної влади, створення ефективної моделі електронного документообігу та його впровадження в управління соціального захисту населення Пологівської районної державної адміністрації. Наукова новизна дослідження полягає в визначенні та систематизації критеріїв розробки ефективної моделі документообігу в органах державної влади шляхом узагальнення практичних та теоретичних напрацювань та матеріалів з даного питання.

Склад критеріїв розробки моделі СЕД повинен визначатися безпосередньо на підставі управлінських цілей і технічних цілей процесів документообігу. До таких узагальнених критеріїв відносяться: «зрілість», відповідність стандартам та цілям галузі, забезпечення програмною платформою, можливості зберігання, пошуку документів, підтримка системи обміну повідомленнями між користувачами, рівень технічної підтримки, масштабованість системи, доступність системної документації, відкритість архітектури і можливість інтеграції з іншими додатками, підтримка різних типів документів, колективна робота з документами, захист системи, можливість роботи за «вільною» схемою, необхідність орієнтації на традиційну українську концепцію документообігу, відмовостійкість системи, вартість супроводу.

Для розробки моделі електронного документообігу в управлінні соціального захисту населення нами було прийнято рішення використати у розробці моделі документообігу СЕД АСКОД. Сучасна версія СЕД АСКОД функціонує на платформі ORACLE. Система забезпечує керівників державних установ можливістю розгляду документації, зазначення рішення щодо їх виконання, контролю за виконанням, погодження документів за допомогою ЕЦП. Даний функціонал характеризується стабільною роботою як на комп'ютерах, так і на мобільних пристроях (на базі ОС iOS, Windows, Android).

Завдяки підтримці СЕД АСКОД технологій Work–flow, вона забезпечує автоматизацію таких операцій в процесі документообігу, як контроль виконання, розробка маршрутів, розсилка повідомлень як засобами самої СЕД, так і за допомогою СМС–повідомлень, електронної пошти, автоматичне виконання системою певних дій або при досягненні визначеного стану або етапу руху документу. Повноцінна робота в системі користувачів віддалених територіально підрозділів забезпечується можливістю впровадження централізованого документообігу через інтернет.

Робота користувачів у СЕД АСКОД через інтернет здійснюється завдяки можливості використання широкого кола браузерів: Google Chrome, Mozilla FireFox, Safari, Internet Explorer, Opera.

СЕД АСКОД забезпечує повний життєвий цикл документа в організації від створення проекту документа до списання в справу і передачі в архів. Робота із вихідною документацією в системі АСКОД починається з процесу ініціювання проекту документа, який може бути створений як в режимі «Проекти», так і як проект відповіді на вхідний документ. Система підтримує функцію паралельної роботи групи користувачів над проектом документу. Завдяки інтеграції СЕД АСКОД з електронною поштою забезпечується можливість надіслати файл як до внутрішніх, так зовнішніх адресатів з використанням адресної книги поштової програми.

Запропонована в ході даного дослідження модель електронного документообігу передбачає два типи зберігання даних. Оперативний тип забезпечує зберігання документації, яка задіяна в робот та передбачає наявність швидкого доступу. Він забезпечується за допомогою RAID–масивів. Довготривалий тип зберігання можна організувати шляхом використання певного набору засобів: мережеве сховище (NAS), інший комп'ютер, зовнішній (переносний) жорсткий диск, хмарне сховище. Приклади: Google Drive, Яндекс.Діск, Sky.Drive, флеш–накопичувач, DVD диск, інший жорсткий диск на цьому ж комп'ютері.

Пріоритетним питанням для кожної державної установи є забезпечення захисту СЕД. Всередині нашої моделі СЕД запропоновано створити центральний сервер для зберігання документації. Модель передбачає облаштування наступних робочих місць з відповідними характеристиками: РМ системного адміністратора, спеціалізоване РМ, універсальне РМ, мобільне РМ. Кожен користувач системи має свій пароль для входу та ЕЦП.

Таким чином, структура моделі СЕД за допомогою сервісів набула наступного вигляду:

- загальна інформація: дані користувачів, авторизація і автентифікація, доступ до довідників СЕД загального користування;
- програми, які забезпечують формування управлінської логіки;
- єдиний користувальницький інтерфейс, який представляє інтерфейси всіх систем, зведених в єдиній системі.

РОЗРОБКА ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОГРАМНОГО ДОДАТКУ ДЛЯ ОТРИМУВАЧІВ ДЕРЖАВНИХ СОЦІАЛЬНИХ ДОПОМОГ ПІД ОПЕРАЦІЙНУ СИСТЕМУ ANDROID

Автор: студент гр. КІ-217М Солодкий О. В.
solodky92@ukr.net
Керівник: д.т.н., професор Переверзєв А. В.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка 16-б

Одним з пріоритетних напрямів модернізації державного управління в Україні є вдосконалення сфери надання публічних послуг на основі втілення принципу «сервісної держави». Перевагами використання мобільних додатків як додаткового каналу надання електронних послуг є широке охоплення аудиторії, можливість надання послуг в будь-який час, незалежно від місцезнаходження споживача послуги, а також простий, зручний та зрозумілий для споживача спосіб надання послуги. Окрім цього, використання інструментів «мобільного уряду» сприяє популяризації електронних адміністративних послуг, стимулює використання населенням нових видів електронних сервісів. Деякі додатки вже здатні допомагати громадян України налагодити зворотній зв'язок з муніципальними службами, центрами надання адміністративних послуг, Національною поліцією, тощо.

Об'єктом даного дослідження є мобільні додатки під ОС Android. Предметом дослідження є методи і засоби інтеграції мобільних додатків для використання державними установами соціальної сфери. Мета дослідження полягає у теоретичному обґрунтуванні та практичній інтеграції мобільних технологій в систему підтримки якісного та швидкого обслуговування отримувачів соціальних послуг.

Для створення мого додатку був обраний Android, оскільки це операційна система з відкритим вихідним кодом, доступ до розробки можливо отримати будь–якому користувачеві та вона абсолютно безкоштовна для розробки. Android – операційна система для смартфонів, інтернет–планшетів, електронних книг, цифрових програвачів, наручних годинників, ігрових нетбуків, смартбуків, окулярів Google, телевізорів, ситем автоматичного керування автомобілем та інших пристроїв. В основі ОС Android лежить ядро Linux з деякими архітектурними змінами, які були зроблені інженерами Google.

Можна виділити необхідні інструменти, без яких розробка мобільних додатків під Android просто неможлива. Android SDK – набір засобів програмування, який містить інструменти, необхідні для створення, компіляції і збірки мобільного додатка. SDK Manager –інструмент, що дозволяє завантажити компоненти Android SDK. Intel Beacon Mountain - середовище розробки, що дозволяє створювати додатки для пристроїв, що працюють під управлінням ОС Android.

Для створення програми на ОС Android, можуть бути обрані різні середовища розробки, такі як, Eclipse, NetBeans IDE, Android Studio, JDeveloper і т.д, але для роботи обрана Android Studio від компанії Google. В ході дослідження було прийнято рішення зупинитись на Android Studio - середовищі розробки під Android, заснованному на IntelliJ IDEA. Воно надає інтегровані інструменти для розробки і налагодження, звільняє розробника від необхідності підтримувати систему розробки в актуальному стані, стежить за оновленнями і додає їх в середу розробки в міру появи. Підтримує розробку для цільових платформ на основі процесорів Intel Atom і ARM, надає можливість запустити додаток, як на емуляторі, так і на реальному пристрої.

Проаналізувавши між собою три безкоштовні, найпопулярніші реляційні системи управління базами даних SQLite, PostGreSQL і Firebird, визначили, що база даних SQLite - має високу швидкість виконання операцій, надійністю і простотою використання, служить хорошим рішенням для невеликих і середніх програм, гарна продуктивність, в зв'язку з цим фактом вибираємо саме її.

В результаті проведеного аналізу інструментальних засобів ми визначилися, що в якості засобу розробки буде використаний мову Java, як найбільш оптимальний засіб реалізації поставленого завдання з точки зору розробника.

Розроблений мобільний додаток можна розділити на п'ять основних екранів клієнтського інтерфейсу: вікно авторизації; вікно реєстрації; вікно з головним меню; вікно зі списком соціальних допомог; вікно формування інформаційного повідомлення

Установка додатку проводиться шляхом скачування АРК – файлу, який необхідно завантажити в пам'ять пристрою використовуючи файловий менеджер, відкрити цей файл. Додаток працює на різних версіях Android та різних розрішеннях екрану починаючи з 800x480.

У процесі розробки програми проводилося поетапне тестування з метою виявлення програмних помилок. Для цього створені емулятори смартфона і планшета з різними діагоналями екрана для різних версій Android. Тестований програмний продукт послідовно запускався на цих емуляторах, його поведінка аналізувалося, і при необхідності за результатами аналізу вносилися зміни в код.

Для спрощення подальшого супроводження системи буде розроблено задокументований опис та текст програми. Наявність якісного керівництва користувача дозволить користувачам швидко вивчити можливості програми та почати її використовувати. Підводячи підсумки проведеного дослідження, можна сказати, що всі поставлені завдання вирішені, однак розроблений додаток не працює в повній мірі без належного супроводу, адаптації та інтеграції у системи управління, ще потрібно багато зусиль для його впровадження.

АНАЛІЗ АЛГОРИТМІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРЕТВОРЮВАЧЕМ ЛАБОРАТОРНОГО ДЖЕРЕЛА ЖИВЛЕННЯ

Автор: студент групи КІ-113М Чигрин В.О.
Chigryn_vo@econom.zp.ua
Керівник: доцент Сердюк С.М.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка 16-б

Лабораторні блоки живлення є стабілізованими регульованими джерелами живлення, що забезпечують високу точність вихідного сигналу при зміні параметрів навантаження і живлячої напруги в широких межах.

Одним з напрямів електроніки та програмування є проектування і оптимізація лабораторних блоків живлення, які повинні мати високий ККД, малі розміри, масу і інші високі показники. Це може бути досягнуто за допомогою застосування мікропроцесорних систем управлення і захистом блоку живлення, а також ефективних алгоритмів управління. [1]

З урахуванням вищесказаного можна зробити висновок, що аналіз алгоритмів управління перетворювачем лабораторного блоку живлення з метою пошуку що найбільш оптимального, що забезпечує більш високий ККД, а так само мінімальний рівень високочастотних гармонік є актуальним завданням що вимагає інноваційних інженерних рішень.

Імпульсний режим роботи дозволяє значно зменшити потужність втрат в регулюючому елементі і тим самим підвищити ККД джерела живлення, зменшити його масу і габарити. У цьому полягає вирішальна перевага імпульсних стабілізаторів перед безперервними стабілізаторами. [2]

Проведений аналіз показав, що імпульсні стабілізатори залежно від способу управління регулюючим транзистором можуть виконуватися з широтно–імпульсною модуляцією (ШІМ), частотно–імпульсною модуляцією (ЧІМ) або релейного типу. У ШІМ стабілізаторах в процесі роботи змінюється тривалість імпульсу ti, а частота комутації залишається незмінною, в ЧІМ стабілізаторах змінюється частота комутації, а тривалість імпульсу залишається постійною, в релейних стабілізаторах в процесі регулювання напруги змінюється і тривалість імпульсу і частота; це є їх основним недоліком, що обмежує застосування.

Якщо в стабілізаторі використовується ШІМ, то при наближенні коефіцієнта заповнення до одиниці ($\gamma \to 1$) напруга Uке регулюючого транзистора прагне до нескінченності, що може привести до виходу з ладу транзистора і діода. Якщо, наприклад, ІППН-2 працює у складі стабілізатора напруги, то при підключенні його до джерела живлення Е, коли Uн=0, система управління прагне до максимального збільшення коефіцієнта заповнення γ.

Тому в алгоритмах які управляють перетворювачем обов'язково повинна бути підпрограма яка обмежує максимальне значення коефіцієнта заповнення.

Автором роботи проведено огляд способів управління перетворювачами лабораторних джерел живлення, також проведено аналіз алгоритмів управління. Проведено дослідження з метою пошуку найоптимальнішого алгоритму. Знайдено найбільш оптимальний алгоритм управління. На підставі отриманих даних реалізована система управління перетворювачем лабораторного джерела живлення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Зайцев С.А. Контрольно-измерительные приборы и инструменты [Текст] / С.А. Зайцев – М.: Академия, 2012. – 464 с.

2. Кунцевич В. М. Импульсные самонастраивающиеся и экстремальные системы автоматического управления [Текст] / В.М. Кунцевич, – К.: Наука, 1966. – 311 с.

3. Савельева Н.В. Основы программирования МК. – Университет информационных технологий [Текст] / Н.В. Савельева, – М.: 2005. – 223 с..

ОЦІНКА ДОЦІЛЬНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФРЕЙМВОРКІВ В ПРОЦЕСІ СТВОРЕННЯ ВЕБ-ДОДАТКІВ

Автор: студентка гр. КІ-113М Швидка О.Ю.
shvidka_oju@econom.zp.ua
Керівник: професор Сабанов С.О.
ЗІЕІТ, Україна, м. Запоріжжя, вул. Кияшка 16-б

Вже досить довго через невідповідності в поведінці браузерів технологічний стек веб-платформи HTML+CSS+JS розвивається в основному за рахунок створення і використання фреймворків. Однак, недоліки такого підходу виявляються, починаючи навіть з фундаментальних питань, що стосуються поширення подій або підтримки тегів. При цьому кожен фреймворк, частково знімаючи проблему, породжує нову, пов'язану з розробкою своєї власної моделі того, як саме браузер повинен працювати. Причому, розробка такої моделі, в свою чергу, породжує необхідність створення великої кількості додаткових моделей: поширення подій, взаємодії з DOM, тощо.

Однак, за останні десять років у розвитку браузерів стався якісний стрибок: підтримка ними стандартів значно покращилася. Крім того, нормальна підтримка нових стандартів (HTML Imports, Object.observe(), Promises, шаблонів HTML) дає можливість зробити висновок про необхідність переосмислення моделі створення веб-додатків з використанням JS-фреймворків.

Можна виділити два основних недоліки використання фреймворків:

1) неможливість ідеального абстрагування від Інтернету як від платформи, як наслідок – необхідність так чи інакше використовувати класичну зв'язку HTML+CSS+JS;

2) непереносимість бібліотек віджетів.

Перший недолік можна подолати, використовуючи технології, що дозволяють розірвати зв'язок з фреймворками шляхом створення придатних для повторного використання елементів і функціоналу: HTML Imports, HTML шаблони, елементи, що настроюються і Shadow DOM. Друга проблема легко вирішується використанням можливостей вже вбудованих в HTML+CSS+JS для створення віджетів.

Формуючи оцінку доцільності використання фреймворків, потрібно враховувати також виникнення при цьому низки неявних проблем:

– зменшення відповідальності розробника;

– використання з причини елементарної неспроможності створити каркас додатку;

– бажання використання популярних засобів розроби без урахування доцільності;

– додаткові аргументи на користь підвищення вартості розробки.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Phil Sturgeon. The Tribal Framework Mindset [Електронний ресурс]/ – Режим доступу: www. URL: https://philsturgeon.uk/php/2014/01/02/the-tribal-framework-mindset/

2. Joe Gregorio. No more JS frameworks [Електронний ресурс]/ – Режим доступу: www. URL: https://bitworking.org/news/2014/05/zero_framework_manifesto

.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. Філологія……. 3

СЕКЦІЯ 2. Економіка…… 29

СЕКЦІЯ 3. Міжнародні економічні відносини…….. 43

СЕКЦІЯ 4. Фінанси, банківська справа та страхування / Облік та оподаткування…… 53

СЕКЦІЯ 5. Маркетинг, Менеджмент, Туризм, Публічне управління та адміністрування 85

СЕКЦІЯ 6. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність…… 137

СЕКЦІЯ 7. Комп'ютерні науки та інформаційні технології / Інженерія програмного забезпечення…….. 165

СЕКЦІЯ 8. Комп'ютерна інженерія…… 181

CONTENT

SECTION 1. Philology ……... 3

SECTION 2. Economy ……... 29

SECTION 3. International Economic Relations ……. 43

SECTION 4. Finance, Banking and Insurance / Accounting and Taxation ……... 53

SECTION 5. Marketing, Management, Tourism, Public Administration and Administration... 85

SECTION 6. Entrepreneurship, Trade and Stock-Taking Activities …….. 137

SECTION 7. Computer Science and Information Technology / Software Engineering …… 165

SECTION 8. Computer Engineering …….. 181