



УНІВЕРСИТЕТ імені АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

Всеукраїнська науково-практична конференція
молодих вчених і студентів

**ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ,
РЕГІОНІВ ТА КРАЇН В УМОВАХ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА**

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

Дніпро
2017



УНІВЕРСИТЕТ імені АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

*Всеукраїнська науково-практична конференція
молодих вчених і студентів*

**ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ,
РЕГІОНІВ ТА КРАЇН В УМОВАХ
РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА**

Тези доповідей

Дніпро
2017

УДК 330.341:332.1

П 78

Організаційний комітет:

Голова оргкомітету:

О.А. Паршина, доктор економічних наук, професор.

Члени оргкомітету:

Б.І. Холод, доктор економічних наук, професор;

С.Б. Вакарчук, доктор фізико-математичних наук, професор;

В.М. Косарев, кандидат технічних наук, доцент;

О.Г. Холод, кандидат технічних наук, доцент;

Ю.М. Барташевська, кандидат економічних наук, доцент;

С.В. Дубінський, кандидат економічних наук, доцент;

В.П. Валіков, кандидат економічних наук, доцент;

Ю.І. Паршин, кандидат технічних наук, доцент;

Секретар оргкомітету: *І.М. Козирева*, старший викладач.

Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств, П 78 регіонів та країн в умовах ринкового середовища: Всеукраїнська науково-практична конференція молодих вчених і студентів / Дніпро, 19 квітня 2017 р. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2017. – 56 с.

ISBN 978-966-434-374-6

Збірник містить тези доповідей учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції «Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств, регіонів та країн в умовах ринкового середовища». Тези присвячені аналізу розвитку сучасного бізнесу, теорії та методології конкурентоспроможності підприємств і організацій, регіонів та країн, використанню існуючих принципів і важелів при створенні системи управління конкурентоспроможністю з узагальненням вітчизняного та зарубіжного досвіду, розробці рекомендацій щодо вирішення існуючих проблем.

УДК 330.341:332.1

Відповідальна за випуск:

О.А. Паршина доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економіки та моделювання бізнес-процесів.

Матеріали друкуються в авторській редакції. Відповідальність за достовірність фактів, власних імен, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.

ISBN 978-966-434-374-6

© Університет імені Альфреда Нобеля,
оформлення, 2017

ЗМІСТ

Найдьонова О.Г. <i>Управління персоналом в умовах кризи за допомогою психологічних заходів</i>	4
Сизоненко І.В. <i>Конкурентоспроможність малого бізнесу</i>	6
Вакарчук Т.С. <i>Концептуальні засади державного регулювання зростання національної економіки</i>	7
Валиков В.П., Куренная И.Г. <i>Влияние кризисных ситуаций на сферу малого и среднего предпринимательства в Украине</i>	9
Бондарь В.П., Валиков В.П. <i>Особенности экономической ситуации в Украине</i>	11
Голощапова К.О. <i>Підвищення мінімальної заробітної плати: як новий закон вплине на бізнес</i>	14
Колесник О.О. <i>Проблеми підтримки конкурентоспроможності українських банків під час кризи</i>	15
Матуш Т.П. <i>Фактори конкурентоспроможності підприємств</i>	17
Сотник І.М., Завражний К.Ю. <i>Економічне обґрунтування управління інформаційною безпекою підприємства</i>	18
Новікова Н.В. <i>Актуальні проблеми економічних аспектів безпеки підприємства</i>	20
Копченко А.С. <i>Пути повышения эффективности работы предприятий</i>	21
Семегіна Л.А. <i>Конкурентоспроможність підприємств та шляхи її підвищення</i>	23
Таранюк Л.М. <i>Напрями наукових досліджень радикальних трансформацій бізнес-процесів промислових підприємств</i>	25
Шмагайло Г.А. <i>Конкурентоспроможність підприємств та організацій: теорія та методологія</i>	26
Бойко М.О. <i>Основні аспекти формування конкурентоспроможності будівельного комплексу</i>	28
Маруженко М.В. <i>Актуальність проблеми конкурентоспроможності України</i>	30
Прутко І.І. <i>Економічна безпека підприємства в сучасних умовах та економічні ризики</i>	31
Котенко О.В. <i>Управління підприємством в умовах кризи</i>	32
Висоцький С.В. <i>Реалізація проекту побудови комп'ютерної мережі надання доступу до Інтернет для житлового масиву</i>	34
Слободянюк Н.О. <i>Інвестиційна складова конкурентоспроможності регіону</i>	35
Dzukek Kemkuignou Carine. <i>Data Mining: Compact and Distributed Date Structures</i> ...	37
Епик В.А., Валиков В.П. <i>Конкурентоспособность продукции и конкурентоустойчивость предприятия</i>	38
Котович А.Р. <i>Должность Project Manager</i>	40
Ивлев Г.И. <i>Анализ и разработка системы обмена данными на основе алгоритма криптошифрования Эль-Гамала</i>	42
Кошляк Є.Є. <i>Визначальні фактори конкурентоспроможності підприємства</i>	43
Маруженко Н.В., Калынюк Б.И. <i>Взаимосвязь конкурентоспособности продукции и конкурентоустойчивости предприятия</i>	45
Миндра Д.А. <i>Інноваційна діяльність як один із факторів ефективності підприємства</i>	47
Антипенко Я.Д. <i>Пути повышения конкурентоспособности предприятия</i>	49
Фазылов М.Ю., Кобзар А.В. <i>История и возможности современных видеокарт</i>	50
Parshyna M. <i>Main features of modern International Trade</i>	53
Gudzovskaya E. <i>The state of industrial complex in Ukraine</i>	55

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ КРИЗИ ЗА ДОПОМОГОЮ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЗАХОДІВ

При всій різноманітності підприємств (об'єктів організаційно-правових форм господарювання), які є в сучасному суспільстві і видів діяльності, якими вони займаються, в роботі з людськими ресурсами вирішують одні і ті самі завдання, незалежно від їх специфіки. Наприклад:

- кожне підприємство залучає потрібну кількість працівників;
- всі без винятку підприємства проводять навчання своїх працівників, щоб пояснити завдання і привести їх навички і уміння відповідно до вимог завдання;
- підприємства здійснюють оцінку результатів діяльності кожного працівника;
- кожне підприємство тією чи іншою мірою винагороджує своїх працівників, тобто компенсує затрати часу, енергії, інтелекту, які вони витрачають для досягнення поставлених цілей [1].

Криза становить собою значну непередбачувану подію, потенціальні результати якої призводять до ваговитих негативних наслідків для суб'єктів господарювання, включно з їх ліквідацією [2, с. 371].

Кризові ситуації свідчать про сучасний нестабільний стан функціонування світової та вітчизняної економіки, зростання залежності від зовнішніх чинників. Для суб'єктів господарювання, які здійснюють господарську діяльність, спрямовану на досягнення економічних, соціальних та інших результатів без мети одержання прибутку, такі чинники можуть призвести до скорочення кількості працівників, зміни в організаційній структурі управління, реорганізації, ліквідації.

Для суб'єктів господарювання, які здійснюють господарську діяльність, спрямовану на досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку, зовнішніми чинниками можуть бути: конкуренція; дефіцит енергоносіїв; різке падіння попиту на продукцію, її моральне старіння; девальвація національної валюти і різке падіння її курсу; зростання цін і зниження рівня доходів споживачів; знецінення заощаджень населення тощо. Внутрішніми чинниками можуть бути: зростання дефіциту коштів на рахунках підприємств; вичерпання матеріальних ресурсів; відставання управлінських відносин, пануючих на підприємстві, від вимог часу.

Труднощі і проблеми, які не дають нормально функціонувати господарському механізму підприємств, вимагають негайних дій з боку керівництва [2, с. 371]. Як правило, кожний керівник підприємства повинен працювати на випередження кризи. Кризові явища можна не тільки спрогнозувати, а й значно пом'якшити. Із метою досягнення швидкого ефекту необхідно дотримуватися таких принципів управління: цілеспрямованості, послідовності вирішення проблем, своєчасності прийняття управлінських

рішень, оцінки позитивних і негативних наслідків прийнятих рішень, об'єктивності, контролю, оптимальності, законності, ефективності [2, с. 372].

Психологічні дії, які є прийнятними для керівника в період виводу колективу з кризи, відносяться до методу антикризового управління. Передусім керівник підприємства повинен залишатися холонокровним, незважаючи на тиск, який чиниться на нього. Під час нарад, коротких розмов слід допомагати працівникам побачити перспективу. По-друге, не варто приймати швидкі рішення, які можуть зашкодити підприємству у віддаленій перспективі. Це, зокрема, звільнення більшості кваліфікованих працівників, розпродування активів підприємства, продаж чи застава активів, нерухомості тощо [2, с. 372–373].

Складовою швидкої і рішучої дії є довіра власній інтуїції, одержання вигоди із власних здогадок. Завдання між співробітниками слід розподіляти швидко, враховуючи їх здібності і навички. Але один зайвий день, потрачений на вироблення альтернативних варіантів виходу з кризи, може принести досить ваговитий результат. Поширеним способом управління кризовою ситуацією є необхідність розглядати кризу як ще одну робочу проблему, яку слід вирішити [2, с. 373].

Психологічний чинник є надзвичайно важливим у кризових та інших складних ситуаціях у житті підприємства. Талант керівника полягає в тому, щоб змусити працівників виконувати свої повсякденні обов'язки і завдання, пов'язані з подоланням кризи, щоб не допустити виходу підприємства з-під контролю. Працівників необхідно постійно утверджувати в думці про те, що рівновага скоро повернеться і співробітники, які доклали зусиль до врятування підприємства, будуть належно оцінені. Для підняття настрою персоналу необхідно повідомляти тільки хороші новини, навіть, якщо вони є і не дуже значущими. Особливо важливою є емоціональна підтримка, яку слід надавати частіше. Доречно підкреслювати, що зусилля, спрямовані на врятування підприємства, є чудовою можливістю для професійного росту. Персоналу належить ставити невеликі, але досяжні цілі [2, с. 373].

Керівник підприємства повинен формувати в колективі мікроклімат довіри і взаємодії [2, с. 374].

Список використаних джерел

1. Крушельницька О.В. Управління персоналом [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук. – К. : Кондор, 2003. – 296 с. – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/45/3057.html>

2. Овчиннікова Т.В. Психологія поведінки виробників і споживачів на ринку товарів і послуг в умовах економічної кризи [Електронний ресурс] / Т.В. Овчиннікова // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 9. – С. 371–374. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/9-2016/77.pdf>

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Малий бізнес – це структурний елемент в ринковій економіці, але він є основою розвитку ринкового середовища. Саме з дрібнотоварного підприємництва розвивається економічна ринкова структура. Після чого в оптимальному співвідношенні формується середній і великий бізнес, плідно взаємодіючи з усіма елементами цілісної економічної структури. Але сектор малого бізнесу повинен кількісно переважати в ринковій структурі, так як він виконує функцію елементарного батька ринкового середовища.

В ринковій економіці підприємства малого бізнесу вважаються гнучкими, маневреними та ефективними з огляду на витрати, вони в своїй діяльності в основному наближені до споживачів (виробництво, торгівля, послуги), спроможні швидко реагувати на зміни попиту і враховувати побажання клієнтів. Створюючи значну кількість робочих місць і займаючи вагому частку у виробництві валового внутрішнього продукту (ВВП), мале підприємство утворює ядро гарантованої зайнятості більшої частини населення, забезпечує їм добробут і відіграє політично-стабілізуючу роль у суспільстві.

Разом з тим, варто зазначити і недоліки функціонування малих підприємств. Значний комерційний ризик, пов'язаний із залученням особистих коштів власників малого підприємства. Водночас малим підприємствам не під силу здійснення великих, капіталомістких науково-технічних програм; вони обмежені у доступі до капіталу і сировини, у можливостях вивчення ринку збуту. Суб'єкти малого підприємництва значно чутливіші до економічних коливань, ніж великі. Розвиток економіки характеризується циклічністю: періоди економічного зростання змінюються періодами спаду ділової активності та депресією. У зв'язку з цим, розвиток малих підприємств залежить від загальної макроекономічної стабільності в державі, стану її економіки, рівня стабільності економічної кон'юнктури. Вразливість малих підприємств до негативного впливу зовнішніх факторів: інфляції, коливань цін, умов кредитування, змін в оподаткуванні тощо. Функціонування малих підприємств значною мірою залежить від рівня інфляції, адже розрив у цінах на час придбання сировини та реалізації продукції спричиняє для них великі фінансові труднощі.

Малий бізнес представлений дрібними фірмами, що займаються неспеціалізованим бізнесом на локальних ринках. Одним з чинників конкурентоспроможності суб'єктів малого бізнесу є їх більш ефективна пристосованість до задоволення невеликих за обсягом, короткочасних потреб споживачів, підвищення цінності не за рахунок високої якості, а за рахунок індивідуалізації, ексклюзивності товарів (або послуг).

Підвищена гнучкість і маневреність таких компаній дозволяють ефективно виконувати дрібні замовлення, підлаштовуватися до будь-яких змін попиту, радикально змінюючи при цьому сферу своєї діяльності. Недолік капіталу,

відсутність високих технологій компенсуються високою здатністю до підприємства. Підприємницька здатність - один з основних чинників ефективного виробництва. Компанії малого бізнесу, спираючись на перевагу в цій сфері, можуть домогтися високої конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність малих підприємств зростає в зв'язку з унікальними, нетиповими для компанії середнього і крупного бізнесу мотивами підприємництва. Крім того, у компанії малого бізнесу низькі витрати: бухгалтерські, складські, рекламні, витрати на управління і. Це також один з основних чинників конкурентоспроможності та розвитку малого бізнесу.

Фактором конкурентоспроможності таких фірм є більш висока ефективність управління, легкість відходу з ринку, зміна виду бізнесу і можливість створення нової компанії.

Тож ми маємо зазначити, що малі підприємства сприяють подоланню галузевого і регіонального монополізму, розширенню конкуренції, впровадженню досягнень науково-технічного прогресу, підвищенню експортного потенціалу країни, значному зміцненню економічної бази країни. Саме тому ми маємо приділяти їм підвищену увагу.

Список використаних джерел

1. Ляпін Д. Розвиток малого підприємництва як вимога нової якості системи державного управління //Пріоритети. – 2005. – № 5. – С. 13–17.
2. Цветкова В. Перспективи розвитку малого бізнесу в Україні // Вісник податкової служби України. – 2005. – № 45. – С. 24–29.
3. Іваницький Д. Фінансова безпека і малий бізнес // Фінанси України. – 2003. – № 8. – С.41–44.

Науковий керівник: Ю.В. Паршин, канд. техн. наук, доц.

Т.С. Вакарчук
головний державний інспектор
Дніпропетровської митниці ДФС

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗРОСТАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Основною метою державного регулювання трансформаційною економікою України є становлення конкурентоспроможного національного виробництва, створення умов для стабільного і збалансованого економічного зростання.

На сьогодні дослідження різних аспектів економічного зростання залишається актуальним як для українських, так і для закордонних науковців. Аналізу важливих аспектів проблеми економічного зростання присвячені праці Дж. М. Кейнса, С. Кузнеця, Е. Денісона, Е. Домара, Р. Харрода, Р. Солоу, Ч. Кобба, П. Дугласа, Р. Лукаса, П. Ромера, Н. Менкью, Д. Ромера, Д. Вейла, В.А. Садовничого, А.А. Акаєва, А.В. Коротаєва, С.Ю. Малкова та інших.

У виборі найбільш прийнятної стратегії регулювання економічного зростання держава має на озброєнні різні теорії економічного зростання, що враховують потенційні можливості економіки й тривалі тенденції її розвитку, та використовують певні макроекономічні моделі, основною метою яких є визначення умов, необхідних для рівноважного зростання.

Роль держави у формуванні національної моделі економіки є визначальною на різних етапах розвитку. Теоретичні основи державного регулювання економікою, здатного стимулювати процес економічного зростання, закладені у працях Дж. М. Кейнса, А. Маршалла, Й. Шумпетера, Дж. Хікса, Р. Харрода, Е. Домара, Р. Солоу, Е. Денісона, Л. Абалкіна, А. Ілларіонова, Г. Клейнера, С. Кузнеця та інших.

Попри численну кількість робіт українських та зарубіжних науковців з порушеного питання, конкретні напрями реформування сучасної української економіки для досягнення нею стану стійкої рівноваги та процесу подальшого зростання потребують детального аналізу та теоретичного обґрунтування.

Формування багатоцільових програм економічного зростання держави, що містять елементи державного регулювання, має ґрунтуватись, в першу чергу, на певних розрахунках, які можливі завдяки створенню відповідних макроекономічних моделей.

Враховуючи актуальність окресленого питання, отримано модель економічного зростання неперервну за часом, що є певною модифікацією моделі Р. Солоу. Від останньої модифікована модель економічного зростання відмінна врахуванням факторів ефективної праці, людського капіталу, його зношування, інвестицій в людський капітал, ендогенного характеру науково-технічного прогресу [1, с. 101–109].

Одержана модифікована модель економічного зростання дає можливість визначити параметри стану стійкої рівноваги економічної системи та дослідити різні варіанти регульованого державою процесу досягнення цього стану.

В модифікованій моделі економічного зростання частки інвестицій в основні фонди та в людський капітал у валовому внутрішньому продукті є управляючими параметрами, тобто в початковий момент часу їх можна встановлювати управляючим органом економічної системи на будь-якому рівні з множини їх припустимих значень.

Запропонований підхід дозволяє обирати найбільш сприятливий для держави шлях економічного зростання та зважену економічну політику з метою досягнення національною економікою стану стійкої рівноваги. Даний підхід в рамках побудованої модифікованої моделі є універсальним. Він може бути застосований до аналізу економічної системи будь-якої держави, в системі національних рахунків якої є сукупність макроекономічних показників, що враховані в моделі.

На базі модифікованої моделі економічного зростання визначено параметри стану стійкої рівноваги економіки України. Проаналізовано можливі варіанти руху точки, що характеризує економічну систему в певний момент часу, до досягнення нею зазначеного стану. Так, за результатами дослідження встановлено, що отримана модифікована модель адекватно реагує на зміну її

параметрів та дає можливість дослідити різні варіанти процесу досягнення національною економікою стану стійкої рівноваги, регулюючи управляючі параметри.

Також виявлено, що основним регулятором прискорення процесу досягнення економікою України стану стійкої рівноваги є частка інвестицій в основні фонди у валовому внутрішньому продукті. Збільшення вказаної частки при керованому значенні частки інвестицій в людський капітал у валовому внутрішньому продукті значно прискорює цей процес у порівнянні з варіантами, коли остання є сталою величиною.

На основі численних розрахунків виявлено, що обираючи обґрунтовані значення управляючих параметрів для початкового поштовху економіки до розвитку, а далі, за потреби, повільно зменшуючи ці параметри, держава в змозі досягти і стану стійкої рівноваги і зростання невиробничого споживання.

Отже, підтверджена відповідними розрахунками інформація стосовно поведінки управляючих параметрів моделі, в якій відтворено процес розвитку економічної системи та зміни в часі економічних показників, дозволяє здійснювати покрокову обґрунтовану та виважену політику державного регулювання економічного зростання.

Отримані результати ілюструють, яким чином можливо досягти бажаного стану економічної системи, в тому числі, шляхом регулювання державою бюджетно-податкової та інвестиційної політики.

Список використаних джерел

1. Вакарчук Т.С. Модифікована модель економічного зростання, що враховує можливість державного регулювання / Т.С. Вакарчук // Академічний огляд. – 2016. – №2 (45). – С. 101–109.

В.П. Валиков

канд.экон.наук,

*доцент кафедры экономики и
моделирования бизнес-процессов*

Университет имени Альфреда Нобеля (г. Днепро)

И.Г. Куренная

ст. преподаватель кафедры экономики и

управления предприятием

Днепровский национальный

университет имени Олеса Гончара

ВЛИЯНИЕ КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЙ НА СФЕРУ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ

Теория экономических кризисов и концепции проявления кризисных ситуаций и условий негативного воздействия на бизнес являются частью общей теории – циклического развития экономики. Вместе с тем симптомы, являясь

элементом циклического механизма и его стадий, одними из первых обратили на себя внимание исследователей.

Проблематика развития малого и среднего предпринимательства в Украине, при кризисных условиях во всех ее аспектах и проявлениях, постоянно находится в центре внимания экономистов и практиков [1].

До настоящего времени мировая экономическая наука не создавала теории прогноза, который способен определить практику экономических кризисов и создания кризисных угроз, кризисных явлений и ситуаций.

Причины появления кризисных ситуаций зависят от многих факторов. Они могут быть как внешними – как угроза извне (это аннексия Россией Крыма, война на Донбассе), так и внутренними.

Для Украины на протяжении 25 лет независимости характерны циклические кризисы (валютный, коррупционный, энергетический, сырьевой).

Причинами являются прежде всего кризисы социально-экономической системы:

- рост инфляции;
- нестабильность и недоверие властным структурам;
- низкое доверие депутатскому корпусу, Кабинету Министров, Президенту;

- снижение доходов населения (738 тыс. семей (4,9%) признаются, что недоедают, из них 80 тыс. семей едят горячее лишь раз в день. Повышение минимальной заработной платы до 3200 грн. Президент Украины объявил как борьбу с бедностью)

- рост безработицы (скрытая безработица достигает более 15%).

К рыночным факторам кризисной ситуации относятся: нестабильность валютного рынка (2014 г. – 11,9 грн., 2017 г. – 27,3 грн. цена одного доллара США), зависимость от поставщиков и клиентов, сокращение сферы рынка и прочие.

В современных кризисных условиях функционирование малого и среднего бизнеса – главный вектор его долголетнего устойчивого развития.

Современный предприниматель функционирует в рискованной ситуации, сталкивается с макро- и микрорисками:

- экономического спада;
- финансового кризиса;
- политической направленности;
- производственного и социального содержания.

В мировой экономической практике количество малых предприятий систематически растет. Так, в США в 70-е годы прошлого века ежегодно возникало 300 тысяч малых предприятий, в середине 80-х годов – 700 тысяч, в середине 90-х – 1600 тысяч. Часто такими предприятиями владеют два-три человека. В США малые и средние предприятия образуют единый технологический комплекс, доля промышленной продукции которого составляет 50%.

В Украине, несмотря на то, что предпринимаются определенные меры для

формирования среднего класса, эта форма хозяйствования еще не заняла подобающего ей места. До сих пор не отлажена государственная поддержка малых предприятий.

Особый вопрос – налогообложение. Сейчас оно практически лишает эти предприятия возможности не только развиваться, но и успешно функционировать.

Очень важно отношение к этой проблеме местных властей, очень часто оно бывает негативным, а это способствует тому, что малые предприятия уходят в «теневую» экономику.

В кризисных условиях следует исходить из положения, что малые и средние предприятия не только имеют свою специфику, но они еще инновационные по своей природе при рискованной направленности и хозяйственной самостоятельности, целенаправлены на обеспечение конечного результата, предпринимательского дохода и прибыли [2].

Малые и средние формы предпринимательства при этом не являются уменьшенной формой крупной формы, а представляют модель со специфическими системными элементами и связями.

Список использованных источников

1. Крюков С.П. О новых тенденциях в кредитовании малого бизнеса / С.П. Крюков // Финансы. – 2009. – № 2. – С. 19–23.
2. Особенности и современные тенденции развития различных форм предпринимательской деятельности / С.В. Левушкина // Научный журнал КубГАУ.– 2012.– №81 (07). С. 1–12.

В.П. Бондарь

Университет имени Альфреда Нобеля (г. Днепро)

В.П. Валиков

Доктор философии и экономики, к.э.н.,

доцент кафедры экономики и

моделирования бизнес-процессов,

Университет имени Альфреда Нобеля (г. Днепро)

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В УКРАИНЕ

Мировой опыт экономической практики показывает, что уровень жизни граждан был и будет основным показателем социально-экономической стабильности, утверждающим успешное развитие экономики страны и определяющим ее место в мире.

Специфика экономической ситуации в Украине характеризуется не только тем, что экономика находится в кризисе, а также и отсутствием условий для полного раскрытия творческого потенциала каждого члена общества.

Выступая в сентябре 2016г. на вручении премии студентам университета имени Альфреда Нобеля, бывший Президент Украины Л.Д. Кучма отметил, что за двадцать пять лет независимости, мы не смогли решить главной задачи, стать на путь рыночных взаимоотношений, и обеспечить благосостояние нашего народа. Главная причина неудач – отсутствие четкого стратегического плана развития экономики, политической воли в принятии конструктивных экономических решений, зависимость от международного валютного фонда и коррупция во всех структурах власти. Он предложил пересмотреть экономический курс развития страны и оградить нас от внешнего влияния на нашу экономику и политику.

В Украине, в настоящее время, не только отсутствует комплексный подход по обеспечению эффективной реализации мощного трудового потенциала, накопленного в предыдущие годы, который является основным национальным достоянием государства и залогом социальной стабильности, но происходит его безответное и широкомасштабное разбазаривание, в том числе за счет оттока наиболее квалифицированных кадров, миграции интеллектуальной и профессиональной элиты на Запад:

- 4500 врачей из-за низкой заработной платы иммигрировали в 2018 году;
- более 15% студентов поступили учиться в зарубежные высшие учебные заведения;
- более одного миллиона жителей Львовской области имеют двойное гражданство.

Важной проблемой является старение рабочей силы и уменьшение ее замены молодежью. Принятая Программа Кабинета Министров по работающим пенсионерам не принесла ожидаемых результатов. На освобожденные должности, которые занимали пенсионеры, молодежь не стремится из-за низкой мотивации. В результате Программа оказалась провальной.

Несмотря на то, что Украина обладает мощным промышленным потенциалом, способным производить самую современную высокотехнологичную продукцию, она тратит на единицу валового продукта в 5 раз больше труда, в 2-4 раза материалов и в 5-6 раз больше энергии, чем в экономически развитых странах.

В последнее время промышленный потенциал резко снижается, из-за политической ситуации и несогласованной работы Верховной Рады и Кабинета Министров.

Так за более чем полувековую историю «Автокраз» выпустил более 800000 и вошел в десятку мировых лидеров по производству грузовиков. Однако предприятие простаивает. Главная проблема, как и большинства украинских предприятий, отсутствие госзаказов, непрозрачные тендеры. Завод, где работает около 3500 человек, недозагружен. На нем могли бы выпускать не только коммунальную, но и военную технику, которую так ждут на фронте. Если загрузить завод то он способен выпускать до 7000 машин в год. Сегодня более 70 стран мира ездят на украинском грузовике, а

государству получается он не нужен, но зато мы покупаем в Белоруссии «МАЗы».

Такая же участь и Южного машиностроительного завода им. Макарова.

Правительству необходимо сделать все, чтобы крупные заводы работали на полную мощность, чтобы у людей была работа и достойная зарплата.

Ситуация в стране складывается таким образом: больше трети украинцев работают сверхурочно, из них 38% бесплатно.

Социологическая группа «Рейтинг» опросила 1580 трудоспособных респондентов из разных регионов страны в возрасте от 18 до 65 лет. Согласно результатам опроса больше половины украинцев имеют официальное трудоустройство и подавляющее большинство (88%) работают по найму. Больше всего Работаящих на Востоке (67%), а меньше всего на Западе (57%). Такая тенденция сохраняется из-за разного уровня экономического развития регионов. На востоке страны расположены города-миллионники, такие как Харьков, Днепр, там находится много производственных предприятий, развита инфраструктура, соответственно выше зарплаты и уровень официального трудоустройства. На Западе Украины наоборот, низкие зарплаты, меньше рабочих мест и местные жители чаще неофициально подрабатывают в соседних странах, таких как Польша, Словакия.

Рынок труда в Польше открывает для украинцев все больше возможностей трудоустройства, в частности, по тем техническим специальностям, которые в Украине ввиду спада в экономике и, как следствия, закрытия предприятий, не востребованы. Оплата труда 3-5 раз превышает оплату в Украине, что делает Польшу все более привлекательной для трудовой миграции, тем самым открывая «теневой» рынок для любителей «нажиться» на продаже вакансий. За 2016 год было зарегистрировано около 1,3 млн. и оформлено 13000 приглашений.

В процессе экономической ситуации в Украине главное внимание уделяется обновлению и поддержке конкурентно способного производства и последовательному сворачиванию ресурсо- и энергозатратных производств, в свою очередь приводит к тому, что одни предприятия закрываются, другие проходят реструктуризацию и перепрофилирование, третьи проходят стадию санации и финансового оздоровления, четвертые спасаясь от банкротства, оптимизируют численность работников до экономически необходимых норм.

Нетрудно представить ту тяжелую ситуацию, которая в результате этого сложилась на рынке труда Украины со всеми вытекающими из этого социальными последствиями.

ПІДВИЩЕННЯ МІНІМАЛЬНОЇ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ: ЯК НОВИЙ ЗАКОН ВПЛИНЕ НА БІЗНЕС

З 1 січня 2017 набрав чинності законопроект №5130 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України», згідно з яким мінімальна заробітна плата підвищиться до 3200 гривень. Очевидно, що дане нововведення матиме суттєвий вплив на економіку країни. Наразі, воно розглядається у контексті збільшення витрат держави, впливу на інфляцію, додаткову емісію грошей, потенційного виходу бізнесу з тіні. Актуальним є питання – як це відобразиться на українському бізнесі, які економічні перспективи чекають, і яку податкове навантаження понесуть компанії [1,2].

Підприємства, в першу чергу, проводять свої розрахунки і аналізують свої витрати: податки і собівартість продукції. Щоб розуміти, як саме вплине збільшення МЗП на приватний бізнес, потрібно проаналізувати різні мікроекономічні моделі компаній.

ФОП (фізичні-особи підприємці), які знаходяться на єдиному податку. Для них мінімальні обов'язкові податкові платежі виростуть удвічі, оскільки єдиний податок для першої і другої груп спрощеної системи оподаткування вираховується щодо МЗП. Існують також обов'язкові платежі єдиного соціального внеску спрощеної системи оподаткування ФОП, і вони теж прив'язані до МЗП – мають скласти не менше 22% від показника МЗП щомісяця.

З юридичними особами все складніше. Необхідно відразу виділити підприємства на ті, які вже мають офіційну зарплату 3200 грн. і вище. Для таких підприємств абсолютно ніяких змін в податковому навантаженні не відбудеться.

Більш актуально буде розглянути підприємства, у яких офіційна зарплата нижче 3200 гривень. Згідно з Державною службою статистики на червень 2016 року кількість працівників, зарплата яких була нижче 3000 грн., становить практично 39%. Спираючись дослідження провідних українських економістів, зрозуміло, що податкові платежі зростають у таких фірм, і, в залежності від рівня «тінізації» зарплат, загальне збільшення витрат підприємства на фонд оплати праці становитиме 3–15%.

Безумовно, реальні показники сплати податків не зростуть пропорційно збільшенню мінімальної зарплати – вдвічі, тому що ряд підприємств намагатимуться оптимізувати свої витрати перекладом співробітників офіційно на $\frac{1}{2}$ або $\frac{1}{4}$ ставки зарплати, але, з огляду на сформовану практику відносин бізнесу з податковими органами, з дуже низькою ймовірністю вони будуть намагатися перевести вже наявних співробітників на неофіційне працевлаштування.

Що стосується збільшення цін на товари і послуги, слід розуміти, що при підвищенні загальних витрат на оплату праці на 3–15%, ціни не піднімуться

рівномірно на такий же відсоток, тому що зарплата персоналу - далеко не єдина складова собівартості продукції, вага якої відрізняється в кожному окремому товарі чи послугі.

Підстав для зростання цін існує занадто багато в економіці будь-якої країни, тому говорити, що ціни виростуть тільки через підняття мінімальної зарплати до 3200 гривень - не можна.

У будь-якому випадку, збільшення податкового навантаження на підприємства призведе до зростання фіскального відсотка ВВП.

Список використаних джерел

1. <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1774-19>

2. <http://forbes.net.ua/opinions/1424095>

Науковий керівник: Ю.І. Паршин, канд. техн. наук, доц.

О.О. Колесник

старший викладач кафедри

економіки та моделювання ринкових відносин

Одеський Національний університет імені І.І. Мечникова

ПРОБЛЕМИ ПІДТРИМКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ БАНКІВ ПІД ЧАС КРИЗИ

Глобальний характер економічної кризи, розкрив високу ступінь залежності сучасної економіки від банківського сектора, і глибина перетворень у світовій фінансовій системі вказують на те, що сформовані раніше способи побудови банківських стратегій стрімко застарівають. Вітчизняні банки, які досягли успіхів у розвитку своїх стратегій, не здатні застосовувати навіть раніше створені напрацювання. Сьогодні потрібно сформулювати нові підходи до планування банківського бізнесу. Це стає одним з ключових питань виживання в поточних умовах і посткризового розвитку банківського сектору. А з урахуванням того, що відновлення повноцінної банківської активності перетворення заощаджень в інвестиції – необхідна передумова подолання кризи в цілому, вдосконалення стратегії розвитку в банках входить у число першочергових завдань перетворення економіки України в існуючій ситуації.

Нині банківська справа є багатогалузевим, ризикованим бізнесом, функціонуючим в нестабільних умовах зовнішнього середовища, насиченого похідними фінансовими інструментами. Головною метою сучасного банку є управління капіталом і ризиками, формування оптимальної стратегії розвитку і політики виживання в умовах кризи. Поточний стан банківської галузі характеризується зниженням міжбанківської конкуренції і, як наслідок, зміною методів ведення банківського бізнесу. Адаптація до мінливих умов середовища функціонування, освоєння нових банківських технологій, розробка різних сценаріїв виживання та подальшого розвитку в умовах кризи вимагають вироблення інноваційних підходів в діяльності комерційного банку. З теоретичної позиції необхідність дослідження перспектив банківського бізнесу

і способів виживання також стоїть досить гостро. Структура банківського ринку за розмірами банків стає більш гомогенною, що посилює системи і ризики: за два роки частка малих банків у статутному капіталі банківської системи зменшилась з 13% до 6%, а великих збільшилась з 58% до 75% [1, с. 56]. Внаслідок ліквідації у 2014–2015 роках великої кількості банків III та IV групи, а також переходу частини банків з другої групи до першої, суттєво

збільшилась частка банків I групи у сукупному статутному капіталі банківської системи. На 01.10.2015 року банкам I групи належало 75% всього статутного капіталу; банкам II групи – 13% капіталу, банкам III групи банків – 6% капіталу, банкам IV групи – 6%. Одночасно, на 01.10.2015 р. у порівнянні з початком року відбулось зменшення частки великих банків у сукупному власному капіталі банківської системи, головним чином, через сформований цією групою непокритий збиток, що становив 102,93 млрд. грн. [2, с. 34].

Як зазначено вище, у результаті виведення банків з ринку різко підвищилося (майже у 2 рази) значення індексу Герфіндаля-Хіршмана, що свідчить про зниження конкуренції на банківському ринку. Подальше виведення банків може поглибити структурну проблему української економіки – її олігополізацію та підвищення концентрації банківського капіталу, зокрема банків з іноземним капіталом, включаючи банки з російським капіталом. Це загострює системні ризики для національної безпеки України. Виведення банківських установ країни з ринку серед іншого позначилось на зменшенні обсягів капіталу банківської системи на 46%: з 192,6 млрд. грн. на початок 2014 року до 104 млрд. грн. на кінець 2015 року. Мережа структурних підрозділів банків (філій та територіально відокремлених безбалансових відділень) за цей період скоротилася на 3099 до 11873 структурних підрозділів банків наприкінці 2015 року проти 14972 на початку 2014 року. Як наслідок, помітно зменшився показник доступності банківських послуг, як кількість підрозділів банків на 100 тис. чоловік дорослого населення [1, с. 91].

Рівень довіри до банківської системи підірваний, тому що майже кожного дня суспільство дізнається про закриття нового банку, громадяни втрачають суттєві заощадження, а для юридичних осіб гарантії повернення розміщених у банку коштів взагалі не передбачені. Надання Національному банку права приймати вибіркові рішення, кого «виводити з ринку», а кого ні, створює потужний корупціогенний фактор. Крім того, виведення банку з ринку кожного разу тягне за собою витрати державного бюджету для фінансування фонду гарантування. Замість забезпечення розвитку життєздатних установ та нормальної ринкової конкуренції відбуваються постійні стреси для бюджету, економіки та суспільства. Якщо і надалі замість стимулювання до правомірної поведінки збережеться тенденція до ручного управління банківським сектором з боку НБУ, це може призвести до втрати національної банківської системи, чого не можна допустити.

Саме тому для адекватного виконання описаних завдань необхідне кардинальне підвищення якості корпоративного управління державними банками. В результаті вони мають стати прозорими для громадськості та підзвітними Уряду. Правління та наглядові ради державних банків мають

формуватися через прозорі публічні конкурси на базі жорстких, у тому числі, професійних критеріїв.

Список використаних джерел

1. Проект Стратегії розвитку банківської системи України на 2016–2020 р. / Комітет з питань фінансової політики і банківської діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.forum-strategy.com>
2. Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року: затверджена Постановою Правління Національного банку України від 18.06.2015 р. No 391 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=32802659

Т.П. Матуш

Університет імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)

ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Здатність підприємства вести суперництво на внутрішньому та світових ринках отримала втілення в категорії «конкурентоспроможність».

За визначенням Г. Азоєва, конкурентоспроможність підприємства – це здатність ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку, це результат його конкурентних переваг по всьому спектру проблем управління підприємством.

Проте, до теперішнього часу питання щодо визначення теоретичних аспектів конкурентоспроможності підприємства та факторів, що на неї впливають ще недостатньо вивчені і вимагають більш поглибленого дослідження.

Категорія «конкурентоспроможність підприємства» характеризується переліком наступних властивостей: порівнюваність, просторовість, динамічність, предметність, атрибутивність, системність, об'єктивність.

Під зовнішніми факторами розуміють сукупність суб'єктів господарювання, економічних, суспільних і природних умов, національних і міждержавних інституціональних структур та інших зовнішніх умов і чинників, що діють у глобальному оточенні та здійснюють вплив. Аналіз впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на конкурентоспроможність підприємства дає можливість: знизити рівень невизначеності й ризику в процесі виробничо-збутової діяльності підприємства; підвищити якість стратегічного планування й прогнозування виробничо-збутової діяльності підприємства; підвищити рівень конкурентоспроможності підприємства та його продукції; зберегти конкурентні позиції та збільшити частку ринку, що належить підприємству.



Отже, під час оцінювання, прогнозування та управління конкурентоспроможністю підприємства необхідно враховувати усю сукупність внутрішніх та зовнішніх чинників, що вплинули чи потенційно можуть вплинути на її формування.

Список використаних джерел

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга. 1996. – 208 с.
2. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти. Монографія. – К.: ДАКККіМ, 2006. – 160 с.
3. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 496 с.
4. Економіка підприємства: [Підручник] / За заг. ред. С.Ф. Покропівного. – вид. 2-ге. – К.: КНЕУ, 2004. – 528 с.

Науковий керівник Ю.І. Паршин канд. техн. наук, доц.

*І.М. Сотник, К.Ю. Завражний
Сумський державний університет*

ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Реалії сучасного бізнесу є такими, що в умовах ринку практично будь-яка компанія зосереджена на підтримці своєї конкурентоспроможності. Бурхливий розвиток інформаційних технологій (ІТ) в останні десятиліття, поява і розповсюдження глобальних та локальних інформаційних мереж,

вдосконалення й збільшення доступності програмного забезпечення та комп'ютерної техніки обумовили широке впровадження ІТ у практику господарювання підприємств і організацій, забезпечуючи отримання ними додаткових конкурентних переваг.

Незважаючи на високі економічні результати імплементації напрямів ІТ, з поширенням таких технологій загострюються проблеми забезпечення інформаційної безпеки (ІБ) компаній в умовах інтенсивного вдосконалення технологій та інструментів захисту даних. Про актуалізацію цих питань свідчить зростання порушень ІБ і посилення тяжкості їх наслідків. Так, загальна кількість інформаційних злочинів у світі щорічно збільшується більш ніж на 100 % [1].

З точки зору управління ІБ, підприємство має гарантувати, що конфіденційність, цілісність і доступність його активів, інформації, даних та ІТ-послуг завжди відповідають вимогам, узгодженим з бізнесом. У зв'язку з цим, здатність компанії забезпечувати ІБ стає ключовим джерелом вартості [2]. Зважаючи на значні інвестиції, необхідні для забезпечення ІБ, виникає потреба у визначенні економічно доцільної межі інвестування в такі технології на підприємстві та підходах до оцінки досягнутого результату. Щодо критеріїв оцінювання, то вони, на нашу думку, визначаються ступенем виконання основного завдання процесів управління ІБ – захистом інтересів всіх тих, хто залежить від інформації, систем і комунікацій, які її надають. Вимоги до цих процесів досягаються, коли: 1) інформація видима або доступна тільки тим, хто має на це право (принцип конфіденційності); 2) інформація є повною, точною і захищена від несанкціонованої зміни (принцип цілісності); 3) інформація доступна і придатна до використання, коли це потрібно (принцип доступності); 4) переданій інформації можна довіряти (принципи автентичності і «неможливості відмови») [3].

Цілі процесів управління ІБ повинні бути визначені в бізнес-термінах, а також співвідноситися з бізнес-цілями та відповідати принципу SMART: Specific – конкретні; Measurable – вимірні; Achievable – досяжні; Relevant – значущі [3]. Крім того, для успішності ІТ-послуги, процесу або іншої діяльності обов'язково повинні реалізуватися критичні фактори успіху (Critical Success Factors – CSF) [4]. З метою оцінки та контролю досягнення кожного фактору, на нашу думку, доцільно використовувати ключові показники ефективності (Key Performance Indicators – KPI) [3]. Слід зазначити, що ці показники працюють тільки тоді, коли існує процес, який необхідно оцінити. Тому основною метою управління безперервністю надання ІТ-послуг є підтримка загального процесу управління безперервністю бізнесу, забезпечення відновлення працездатності необхідного обладнання та служб ІТ в необхідні для бізнесу і обумовлені з ним терміни [5].

Іншим інструментом оцінки й обґрунтування доцільності інвестування в ІБ на підприємстві є збалансована система показників (Balanced Scorecard – BSC). Її використання дозволяє досліджувати ефективність інвестицій в ІБ у напрямі розвитку основних функцій ІТ, виробництва, логістики, маркетингу, продажів і післяпродажного обслуговування. Безпосередньо для оцінки економічної

ефективності інвестиційних проектів в ІБ доцільно застосовувати загальноприйнятні показники проектного аналізу, наприклад, показник чистої поточної вартості, внутрішню норму доходності, індекс рентабельності та ін. [6]. Вони дозволяють врахувати всі потоки грошових коштів, пов'язаних з реалізацією проектів та здійснених у різні періоди часу.

Зауважимо, що основним економічним ефектом, якого прагне компанія, створюючи систему захисту інформації, є помітне зменшення матеріальних збитків внаслідок реалізації існуючих загроз ІБ підприємства. Безумовно, віддача від таких інвестицій у розвиток компанії повинна бути цілком прогнозованою. Слід також зазначити, що інформаційні системи з плином часу зазнають постійних суттєвих змін, з'являються нові загрози. Таким чином, забезпечення ІБ – це процес, який необхідно відстежувати, оцінювати та вдосконалювати постійно.

Список використаних джерел

1. Ясенев В.Н. Информационная безопасность в экономических системах: учебное пособие / В.Н. Ясенев. – Н. Новгород : Изд-во ННГУ, 2006. – 186 с.
2. Зегжда Д.П. Основы безопасности информационных систем / Д.П. Зегжда, А.М. Ивашко. – М.: Интуит, 2010. – 452 с.
3. Глоссарий терминов и определений [Электронный ресурс] / ITIL® V3 Glossary, v0.92, 30 April 2009. – Режим доступа: [http://www.wikiitil.ru/books/ITIL_Glossary\(rus\)-2009.pdf](http://www.wikiitil.ru/books/ITIL_Glossary(rus)-2009.pdf)
4. Intel Solution Summit 2014: Интернет вещей, будущее ПК и новый маркетинг [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://itc.ua/articles/intelsolution-summit-2014-internet-veshhey-budushhie-pk-i-novyyi-marketing/>
5. Брукс П. Метрики для управления ИТ-услугами / П. Брукс ; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 283 с.
6. Поливана Л.А. Методичні підходи до оцінки ефективності проекту впровадження інформаційних технологій на підприємствах торгівлі [Електронний ресурс] / Л.А. Поливана. – Режим доступа: http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_149/38.pdf

Н.В. Новікова

Університет імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНИХ АСПЕКТІВ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Актуальність проблеми економічних аспектів безпеки підприємства полягає в тому, що ринкова система господарювання не лише сприяє розвитку підприємництва в Україні, а й ставить певні вимоги до діяльності підприємницьких структур. Також посилюється вплив зовнішнього середовища на рівень відповідальності керівників підприємства за управлінські рішення. Тому актуальності набуває питання формування економічної безпеки

підприємства. Для цього кожне підприємство використовує свою сукупність виробничих ресурсів (земля, капітал, інформація, технологія, інтелектуальна власність тощо). Економічна безпека підприємства є складною системою, яка включає певний набір внутрішніх характеристик, спрямованих на забезпечення ефективності використання корпоративних ресурсів за кожним напрямом діяльності.

Таким чином безпеку варто розглядати через призму її функціональних складових, що дозволяє: здійснювати моніторинг чинників, які впливають на стан як функціональних складових, так і фінансово-економічної безпеки загалом; досліджувати процеси, які здійснюють вплив на забезпечення фінансово-економічної безпеки; проводити аналіз розподілу і використання ресурсів підприємства; вивчати економічні індикатори, що відображають рівень забезпечення функціональних складових; розробляти заходи, які сприятимуть досягненню високого рівня складових, що призведе до посилення фінансово-економічної безпеки підприємства загалом [1-3].

Отже, проведений аналіз основних теоретичних підходів щодо визначення поняття «економічна безпека підприємства» та результати їх систематизації дозволяють нам трактувати економічну безпеку підприємства як стан його захищеності від негативного впливу чинників зовнішнього і внутрішнього походження, що досягається шляхом ефективного використання виробничих ресурсів, адаптації до змін, розробки та реалізації стратегічних напрямів розвитку для забезпечення стійкого функціонування та гармонізації власних інтересів з інтересами суб'єктів зовнішнього середовища.

Список використаних джерел

1. Про Службу безпеки України : Закон України від 25 березня 1992 р. № 2229-ХІІ в редакції від 22 травня 2008 р.
2. Зубик В. Б. Экономическая безопасность предприятия (фирмы) / В.Б. Зубик, Д. В. Зубик. – Минск. : Высшая школа, 1998. – 391 с.
3. Економіка підприємства: [підручник] / [М.Г. Грещак, В.М. Колот, А.П. Наливайко, С.Ф. Покропивний (заг. ред.) та ін.]. – [2-ге вид., перероб. та доп.]. – К. : КНЕУ, 2001. – 528 с.

Науковий керівник: О.А. Паршина, д-р екон. наук, проф.

А.С. Копченко

Університет імені Альфреда Нобеля (г. Дніпро)

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ

Максимизация прибыли в краткосрочной перспективе или долгосрочной это процесс, посредством которого фирма определяет цену и уровень производства, который возвращает наибольшую прибыль.

После рассмотрения универсальных законов рентабельности для малых и больших предприятий и особенностей рентабельности, есть два простых варианта максимизации прибыли.

1. Увеличение дохода. Существует несколько способов увеличить доходы:

- увеличение количества продаж. Например, лучше реализовывать продукт или улучшить качество;
- дополнительные продажи существующим клиентам, например, убедить их купить дополнительные услуги или аксессуары;
- диверсификация ассортимента товара, который использует фирма для реализации;
- ценовая политика, которая приведет к более эффективному балансу количества продаж и доходу с каждой единицы продукции.

2. Снижение расходов. Для этого представим несколько способов, а именно:

- анализ затрат. Накладные расходы - это одна из самых больших категорий расходов;
- поиск более низких цен на поставки, особенно при покупке оптом;
- улучшение эффективности процесса производства, например, разбив его на отдельные задачи и создание системы производственной линии.

Существуют такие способы повышения прибыльности бизнеса, к которым можно отнести следующие:

1. Аутсорсинг. Один из главных источников расходов для бизнеса – человеческие ресурсы. Потому что ни один предприниматель не может сделать все, что требуется, чтобы продвинуть свой бизнес вперед, всегда нужны талантливые люди в каждой компании, большой или маленький. Но для большинства владельцев малого бизнеса, не обязательно нанимать сотрудников на полный рабочий день. Вне зависимости от типа бизнеса, вероятно, есть работы, которые могут быть выполнены за минимальную плату.

2. Повышение цен. Это один из самых простых способов увеличить прибыль. Наличие хорошего бизнеса – это не только предложение самой низкой цены. Если продукт хороший, нужно ставить на него соответствующую цену. Исследования показывают, что, клиенты, которые будут потеряны, скорее всего, вернуться за качественным продуктом.

Также необходимо проанализировать структуру затрат. Убедиться, что есть достаточная надбавка к товарам компании. Когда стоимость сырья и связанные с этим расходы увеличиваются, дополнительные затраты должны быть включены в цену продажи. Регулярно просматривая структуру затрат, можно отслеживать расходы, которые растут, прежде чем цена станет слишком велика, чтобы полностью включить в отпускную цену.

3. Поиск нового поставщика энергии. Энергия – это затраты, которые есть у каждой компании. В развитых странах предприятия могут выбирать своих собственных поставщиков энергии. Многие поставщики предлагают конкурентоспособные низкие ставки, которые могут быть лучше, чем-то, что сейчас оплачивается. Многие поставщики предлагают экологически чистую энергию, созданную из ветровых и солнечных ресурсов. Разброс цен на энергоносители может оказать существенное влияние на результат.

4. Заимствование лучшей практики у других. Можно копировать передовой опыт других, особенно вне вашей отрасли. Анализировать, что работает у конкурентов или подобных компаний и внедрить их в бизнесе. Нет ничего плохого в том, что бизнес-модель хорошо работает, даже если она похожа на другую компанию.

Необходимо найти способ дифференцировать свое предложение. Если конкурент превосходит у клиентов, можно подражать ему. Если конкурентная фирма использует другую технологию, нужно изучить это. Нет нужды бояться брать идеи у других компаний и стратегически формировать их, чтобы те соответствовали вашей компании.

5. Обучение потенциальных клиентов. Если люди плохо осведомлены о компании, то есть вероятность возникновения проблемы увеличения прибыли. В эпоху цифровых медиа необходимо развивать присутствие информации о компании в Интернете. Нужно создавать веб-сайт, присоединяйтесь к социальным сетям, и распространять, таким образом, информацию о своей отрасли.

Можно принять дополнительные меры, создав рекламные объявления для компании. Выбрать места, которые потенциальный клиент будет использовать. ТВ, радио, печать и онлайн инструменты – это лишь некоторые из многих мест, которые можно задействовать для рекламы. Как только компания привлечет внимание, нужно работать над привлечением будущих клиентов.

Таким образом, нужно отметить, что существуют различные стратегические варианты для компаний. Руководство компании должно определить, оценить и выбрать оптимальные варианты. В каждой стратегии необходимо использовать свои преимущества и минимизировать риски.

Научный руководитель: Ю.И. Паршин, канд. техн. наук, доц.

Л.А. Семегіна

Університет імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Проблема конкурентоспроможності підприємства носить у сучасному світі універсальний характер. Від того, наскільки успішно вона вирішується, багато чого залежить в економічному і соціальному житті будь-якої країни, практично будь-якого споживача. Трансформація, що відбувається в Україні змушує по-новому поглянути на проблему, виходячи з того, що розвинений конкурентний ринок буде незабаром диктувати рівень і динаміку розвитку продукції. Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств вивчали як зарубіжні, так і вітчизняні вчені-економісти: А. Сміт, Г.Л. Азоев, І. Батурина, Р.А. Фатхундінов, А. Селезньов, М. Портер та ін [1]. Поняття конкурентоспроможності підприємства розуміється по різному. Наприклад, А. Сміт вважав

конкуренцію «невидимою рукою» ринку, що автоматично врівноважує ринок і таким чином регулює відповідні приватні та громадські інтереси, а Г.Л. Азоев зазначав, що конкурентоспроможність є конкурентною перевагою окремих характеристик, що є наслідком більш ефективного управління процесом розробки, реалізації та експлуатації запропонованої продукції [2, С. 15]. На основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що конкурентоспроможність враховує соціальні, маркетингові, економічні, виробничі та комерційні інтереси і є перевагами на ринку, які забезпечуються привабливими для споживача властивостями, порівняно низькою ціною і експлуатаційними витратами, тобто це ринкова властивість товару, що означає його попит на ринку і приносить прибуток.

Позиції України на міжнародній арені дуже низькі, бо в сучасних умовах втрачаються ті фактори, які могли б забезпечити зростання конкурентоспроможності у майбутньому. На зовнішньому ринку продукція більшості українських виробників може бути реалізована тільки в рамках демпінгових і нелегальних угод. На мою думку, основними проблемами конкурентоспроможності українських підприємств, як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках, є: нездатність виробляти товари, що забезпечують для громадян високий рівень життя, а також зберерігати цей рівень на протязом тривалого часу; нездатність у рамках вільних ринкових умов виробляти товари та послуги, що відповідають вимогам міжнародного ринку; нездатність країни домогтися високих темпів збільшення приросту ВВП на душу населення; неспроможність підтримувати відносно високий рівень показників доходу та зайнятості населення. Я вважаю, що пріоритетними напрямками підвищення конкурентоспроможності українських підприємств є: інформаційні технології; телекомунікації і зв'язок; безвідходне виробництво; охорону навколишнього середовища. Хочу зазначити, що факторами забезпечення високої конкурентоспроможності підприємства є: висока конкурентоспроможність товарів, ефективна господарська діяльність, підвищення продуктивності використання ресурсів, удосконалення зовнішньоекономічної діяльності, наявність конкурентних переваг [2, с. 17].

Отже, головне завдання для України у період змін на національних та міжнародних ринках повинно полягати у знаходженні своєї ніші в жорстких умовах конкуренції. І тому підприємствам необхідно врахувати особливості сучасного ринку.

Список використаних джерел

1. Новобранець Є.С. Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/781/1/>

2. Марченко В.М. Наукове забезпечення конкурентоспроможності підприємства / В.М. Марченко, О.М. Євтушенко // «Молодий вчений». – 2015 р. – № 1 (16). – С. 15–17

НАПРЯМИ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ РАДИКАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах нестабільного розвитку економіки країни відмічається негативна динаміка рівня економічного потенціалу суб'єктів господарювання. Дана негативна динаміка відмічається: падінням замовлень на готову продукцію, як наслідок втрата ринків збуту підприємств; втрата кваліфікованих кадрів через надмірну міграцію трудових ресурсів закордон; низький рівень обігових коштів; високі процентні ставки комерційного кредитування для суб'єктів господарювання та інші. Тому є необхідність розробки дієвого механізму радикальних трансформацій суб'єктів господарювання, який впливає на зростання їх економічного потенціалу.

Предметом дослідження є економічні відносини, що виникають між суб'єктами господарювання та стейкхолдерами в процесі формування механізму радикальних трансформацій компаній, який спрямований на суттєве підвищення економічного потенціалу. Об'єктом дослідження є процеси перепроектування бізнес-потоків суб'єктів господарювання, які впливають на рівень економічного потенціалу компаній.

На сьогоднішній час переважна більшість країн світу безумовним пріоритетом антикризових програм визначають саме стабілізацію виробничої системи як одну з систем стабілізації балансу народного господарства країни. Діяльність української економіки у кризових умовах останніх років стала випробуванням на міцність для багатьох вітчизняних компаній. За період трансформаційних змін з моменту набуття незалежності Україна втратила близько 40 % промислового потенціалу, при тому, що її природно-ресурсний потенціал у розрахунку на душу населення у 2 рази перевищує ресурсний потенціал США, в 4 рази – Німеччини і в 12 разів – Японії [1].

Необхідно відзначити, що діяльність суб'єктів господарювання залишилася провідною у структурі української економіки, про що говорить її частка у загальному обсязі національного виробництва. Так, станом на 2007 рік валова додана вартість промисловості в загальній валовій доданій вартості становила 31,2%. У 2012 році цей показник склав 38 %. У 2014 році цей показник склав 44,2 %, що свідчить про значущість комплексу для економіки країни [2].

Виходячи з актуальності розглянутої тематики треба зазначити, що в сучасних умовах господарювання вітчизняні компанії стикаються з кризовими явищами в економіці країни, але керівництво підприємства в даному випадку лише намагається задіяти реструктуризацію в проблемних сферах своєї діяльності, що не зможе дати того ефекту, який необхідний для стійкого розвитку підприємства, адже «клаптикові» методи змін спрямовані на подолання лише окремих проблем в діяльності суб'єктів господарювання і не вирішують проблему комплексно. Тому в таких умовах необхідно задіяти саме

радикальні методи управління, яким є радикальне перепроєктування бізнес-процесів діяльності суб'єктів господарювання (реінжиніринг).

Головною гіпотезою дослідження є розробка методологічних засад формування дієвого механізму радикальних трансформацій суб'єктів господарювання, який спрямований на зростання економічного потенціалу компаній. В рамках сформуваної наукової гіпотези автором поставлені наступні напрями наукових досліджень радикальних трансформації бізнес-процесів промислових підприємств.

- дослідження економічного стану діяльності суб'єктів господарювання різних форм власності України використовуючи дані статистичної звітності України та фінансову звітність суб'єктів господарювання;

- визначення основних проблемних моментів в роботі суб'єктів господарювання на основі проведення факторного аналізу та відмічення основних деструктивних факторів, які впливають на низьку ефективність господарської діяльності компаній;

- дослідження основних концепцій управління змінами, інноваційного менеджменту, радикального перепроєктування бізнес-процесів, враховуючі вітчизняний та закордонний досвід наукових досліджень в даній сфері;

- удосконалення концепції радикального перепроєктування бізнес-процесів через формування нових системоутворюючих підходів, які характеризують елементи інноваційного розвитку економічних систем;

- формування елементів механізму радикальних трансформацій суб'єктів господарювання, які містять організаційну, нормативну, економічну, методичну та інструментальну складові та утворюють комплексний підхід до розгляду даного механізму радикальних трансформацій як єдиної системи.

Список використаних джерел

1. Schwab K. The Global Competitiveness Report 2016–2017 / K. Schwab, X. Sala-i-Martin, R. Samans, J. Blanke. – Geneva: Cologny, 2016. – 383 p.

2. Діяльність підприємств: за матеріалами Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Г.А. Шмагайло

Університет імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ: ТЕОРІЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ

Конкурентоспроможність є відносно новою проблемою із найважливіших категорій сучасної ринкової економіки України. У даній системі господарювання конкурентоспроможність є ключовою, так як вона відображає економічні, науково-технічні, організаційні, управлінські, маркетингові та інші можливості підприємства.

Основною характеристикою підприємства, з точки зору, конкурентної

боротьби є його конкурентоспроможність. Вона визначає життєздатність підприємства, результати його виробничо-збутової діяльності в умовах ринкової конкуренції.

Конкуренція примушує підприємства всіх форм власності постійно слідкувати за змінами попиту та пропозиції, вартістю матеріальних ресурсів, зменшувати витрати на виробництво, покращувати якість своєї продукції та послуг, що реалізуються на ринку, цим самим підвищувати свою конкурентоспроможність.

Конкурентоспроможність – це здатність певного об'єкта або суб'єкта перевершити конкурентів у заданих умовах.

Конкурентоспроможність має три різні визначення:

Конкурентоспроможність товару – мірило його привабливості для споживача; відповідність товару вимогам ринку; можливість збуту товару на конкретному ринку.

Конкурентоспроможність підприємства – це комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відбиває ступінь переваги сукупності оціночних показників діяльності підприємства, що визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу щодо сукупності показників підприємств-конкурентів.

Конкурентоспроможність визначають економічними, соціальними, політичними факторами, положенням регіону і його товаровиробниками на внутрішньому та зовнішньому ринках, яке відображається через ланку показників (рис. 1).

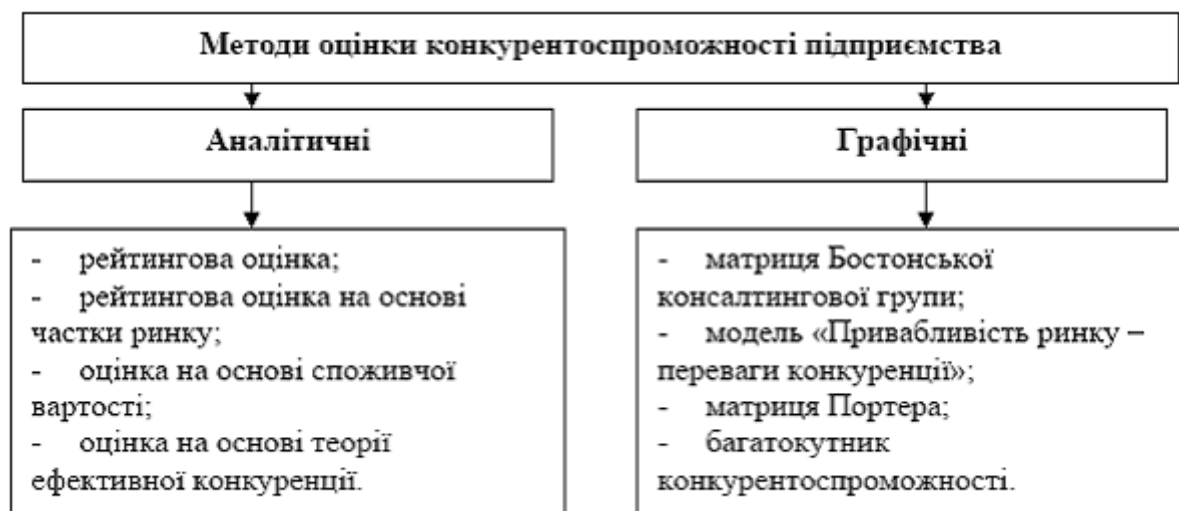


Рис. 1. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства

Конкурентоспроможність країни – здатність економіки однієї держави конкурувати з економікою інших держав за рівне ефективне використання національних ресурсів, підвищення продуктивності народного господарства й забезпечення на цій основі високого та постійно зростаючого рівня життя населення.

Національній економіці України необхідна науково обґрунтована політика забезпечення її конкурентоспроможності. Поведінка українських підприємств

на конкурентних ринках має особливості. Відомо, що всім галузям вітчизняних виробників властиві різні види конкуренції, проте у деяких домінуючим видом конкуренції є монополія.

Конкурентоспроможність підприємства – комплексне, багатофакторне поняття, а узагальнення різних його аспектів і аналіз дефініцій конкурентоспроможності дали змогу виявити значні розбіжності у трактуванні цього складного і місткого поняття. Сучасні наукові дослідження демонструють широкий спектр визначень конкурентоспроможності підприємства: від узагальнених і таких, що стали традиційними, до конкретизованих, що містять у собі не лише розуміння сутності конкурентоспроможності, й окремі аспекти методології її оцінювання чи управління.

Список використаних джерел

1. Теплінський Г.В. Прийняття управлінських рішень у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств. – Рукопис.
2. Гончарук Т.І. Конкуренція і конкурентоспроможність: зміст і розвиток у перехідній економіці: – Суми. ВВП Мрія1 ЛТД, УАБС, – 2013. – 60 с.
3. Педченко Н.С. Деякі аспекти конкуренції і конкурентоспроможності в сучасному економічному світі: Бізнес Інформ. – 2012. – №5 – С. 265–270.

М.О. Бойко

Університет імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БУДІВЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ

Після зтяжнього економічного спаду сьогодні в Україні ми можемо спостерігати позитивна тенденція відновлення попиту та розвитку виробничої складової інвестиційно-будівельної сфери, що характеризується зростанням числа малих і середніх будівельних підприємств, реалізацією державних будівельні – ремонтних інфраструктурних проєктів. Але на жаль швидкого всебічного підняття економіки України і оновлення в ній житлового фонду, соціальної сфери, сільського господарства і промисловості, як показав час, вирішити практично неможливо. Це можна пояснити тим, що на першому етапі відновлення економіки України треба змінити структурний підхід вирішенню проблем будівельного комплексу.

Більшість фахівців – науковці прийшли до висновку та наголошують, що “у ринковій економіці термін “будівельний комплекс” використовується тільки у його змістовному розумінні, що дозволяє об’єднати різні види виробництв та інституціональних структур, що забезпечують у результаті своєї взаємопов’язаної діяльності створення кінцевої будівельної продукції [3]”. В умовах ринкової економіки при обмеженості фінансових ресурсів українських підприємств будівельного комплексу особливої актуальності набуває питання

пошуку джерел їх фінансування, формування раціональної структури інвестицій та забезпечення інвестиційної діяльності на всіх рівнях (міжгалузевому, міжрегіональному, світовому).

Особливе місце в будівельному комплексі займає ринок житлової нерухомості, який зараз грає ключову роль в його розвитку. Бо протягом багатьох років, після розпаду Радянського союзу, ні держава, ні бізнес не володів достатнім ресурсами та не бачив великого попиту на цьому ринку. «Сучасний ринок житлової нерухомості в Україні структурується на наступні основні сегменти [2]:

- 1) первинний і вторинний ринки житла;
- 2) купівля-продаж й оренда житла;
- 3) ринок ізольованих квартир, кімнат, одноквартирних будинків;
- 4) ринок житла обласного центру, районного центру і т. ін.;
- 5) ринок житла з низькими якісними характеристиками, середнього та елітного класу.

Маркетингову діяльність будівельних організацій необхідно розглядати, базуючись на особливостях та відмінностях в характері їхньої продукції. «За сучасних умов, як об'єкт державного управління, поняття “будівельний комплекс” не тільки не відображає сутність реальних економічних відносин, але й набуває вигляду економічної абстракції [1]».

Для розвитку будівельного комплексу треба чітко розуміння кон'юнктури ринку та його тенденції. Що, на жаль, дуже важко робити в економічно-нестабільних умовах українського ринку. У підприємців повинна бути можливість отримати достатньо інформації про соціально-правові та економічні тенденції хоча би на 10 років. Вагомим компонентом маркетингового механізму управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств є підсистема адаптації маркетингового потенціалу підприємства до умов зовнішнього середовища, яка реалізується через розробку маркетингової стратегії, формування організаційно-управлінської та інформаційної інфраструктури маркетингової діяльності підприємства, а також проектування елементів його маркетингового комплексу.

Необхідно зазначити, що інноваційні процеси у сфері виробництва будівельних матеріалів характеризуються важливою особливістю. Вони охоплюють не тільки виробництво, але й весь багатоланцюговий процес, який завершується переробкою сировини в кінцевий продукт, готовий для споживання, і доведення його через оптову, а потім і роздрібну торгівлю до масового споживача.

Опрацювавши багато наукових ресурсів можна відзначити наступне: будівельний комплекс в Україні має досі великі перспективи, але без структурних грамотно економічно – збалансованих дій з боку держави, розробки і реалізації інноваційних технологій, великих зміни не настануть. Основні зусилля повинні бути спрямованні на підвищення конкурентоспроможності на будівельному ринку, на підвищення інвестиційного клімату, зміцнення ринкової позиції, підвищення якості та економічної ефективності.

Список використаних джерел

1. Асаул А.Н. Феномен строительного комплекса в современных экономических условиях [Електронний ресурс] / А.Н. Асаул. – Режим доступу : <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=118447>

2. Галаган Д.В. Взаємозв'язок цінової динаміки на ринках житлової нерухомості в період економічного зростання та кризи [Електронний ресурс] / Д.В. Галаган // Економіка та підприємництво: зб. наук, праць молодих учених та аспірантів / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ, нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана» ; відп. ред. І.В. Луняк. – 2010. – Вип. 24. – С. 304–312.

3. Каменецкий М.И. Строительный комплекс: состояние, проблемы, основные тенденции долгосрочного развития [Електронний ресурс] / М.И. Каменецкий, Л.В. Донцова. – Режим доступу: www.ecfor.ru/pdf

Науковий керівник: Ю.І. Паршин, канд. техн. наук, доц.

М.В. Маруженко

Університет імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)

АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОБЛЕМИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНИ

Зі зміною економічних реалій сьогодення проблемами підвищення конкурентоспроможності підприємств на Україні значною мірою виступають такі фактори: політична нестабільність, неефективність владних рішень, корупція, відсутність підтримки підприємств, неможливість будувати плани на майбутнє та багато іншого. Ці фактори не дають країні досягнути високого рівня конкурентоспроможності та перешкоджають нормальній діяльності бізнесу.

Все це пояснює, чому ми маємо низький рівень інвестиційної привабливості, низький кредитний рейтинг, малопривабливий імідж за кордоном, відсутність вільної та чесної конкуренції.

Від конкурентоспроможності підприємств залежить рівень конкурентоспроможності країни, тобто від того, яким чином підприємства створюють та підтримують середовище.

Можливим вирішенням проблеми може бути взаємодія держави та підприємств в усіх сферах та на всіх рівнях, протягом тривалого періоду. Роль держави при цьому значно більша та потребує значних змін. Перш за все розробка сталої нормативно-правової бази та формування ефективної конкурентної політики, завдяки чому відбудеться спрощення бар'єрів для започаткування та ведення бізнесу. Не менш важливим є створення сприятливого інвестиційного клімату. Вирішення завдань інвестиційного розвитку повинне спиратися на наявне законодавче забезпечення інвестиційної діяльності та механізми державної підтримки високоефективних інвестиційних проектів.

Важливою зміною для підвищення конкурентоспроможності є підняття стандартів якості продукції на більш високий рівень, це сприятиме на поліпшення рівня життя, покращення здоров'я та можливість конкурувати з закордонними товарами.

Стратегія розвитку підняття рівня конкурентоспроможності країни повинна передбачати активне використання методів прямого і непрямого державного регулювання та вирішення питань, які не можна ефективно вирішувати лише з використанням методів ринкового саморегулювання [1].

Список використаних джерел

1. Спіріна М. В. Стратегія управління конкурентоспроможністю підприємства / М.В. Спіріна // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 14. – С. 176–181.

Науковий керівник: В.П. Валіков, канд. Екно. наук, доц.

І.І. Прутко

Університет імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ТА ЕКОНОМІЧНІ РИЗИКИ

Економічна безпека являє собою універсальну категорію, що відбиває захищеність суб'єктів соціально-економічних відносин на всіх рівнях, починаючи з держави і закінчуючи кожним його громадянином. Економічна безпека машинобудівного підприємства – це захищеність його діяльності від негативних впливів внутрішнього і зовнішнього середовища, а також здатність швидко усунути різні варіанти погроз чи пристосуватися до існуючих умов, що не позначаються негативно на його діяльності. Зміст даного поняття містить у собі систему мір, що забезпечують конкурентоспроможність і економічну стабільність підприємства, а також сприяючому підвищенню рівню добробуту працівників [1-2].

Економічна безпека машинобудівного підприємства – це стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів для запобігання погроз і забезпечення стабільного функціонування підприємства в даний час і в майбутньому. Економічна безпека машинобудівного підприємства характеризується сукупністю якісних і кількісних показників, найважливішим з яких є рівень економічної безпеки.

Рівень економічної безпеки машинобудівного підприємства – це оцінка стану використання корпоративних ресурсів за критеріями рівня економічної безпеки машинобудівного підприємства.

Функціональні складові економічної безпеки машинобудівного підприємства – це сукупність основних напрямків його економічної безпеки, що істотно відрізняються один від одного за своїм змістом.

Корпоративні ресурси – фактори бізнесу, які використовуються власниками і менеджерами підприємства для виконання цілей бізнесу.

Акціонерний капітал машинобудівного підприємства в сполученні з позиковими фінансовими ресурсами є кровоносною системою підприємства і дозволяє здобувати і підтримувати інші корпоративні ресурси, що споконвічно відсутні у творців даного підприємства [3].

Менеджери підприємства, штат інженерного персоналу, виробничих робітників та службовців з їхніми знаннями, досвідом і навичками є основним провідним і сполучною ланкою, що з'єднує воедино усі фактори даного бізнесу, що забезпечує проведення в життя ідеології бізнесу, а також досягнення цілей бізнесу [4].

Інформація, що стосується всіх сторін діяльності машинобудівного підприємства, є в даний час найбільш коштовним і дорогим з ресурсів підприємства. Саме інформація про зміну політичної, соціальної, економічної й екологічної ситуації, зміни ринків підприємства, науково-технічна і технологічна інформація, конкретні “ноу-хау”, що стосуються яких-небудь аспектів даного бізнесу, нове в методах організації і керування бізнесом дозволяє підприємству адекватно реагувати на будь-які зміни зовнішнього середовища бізнесу.

На основі наявних фінансових, інформаційно-технологічних і кадрових можливостей машинобудівне підприємство здобуває технологічне й інше устаткування, необхідне, на думку менеджерів підприємства і доступне, виходячи з наявних ресурсів.

Список використаних джерел

1. Коваленко Г.А. Конспект лекцій по курсу «Менеджмент машиностроительного производства». – ДГМА, 2005. – 68 с.
2. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. - 2-е изд. доп. и испр. – М.: Юрайт-М, 2005. – 224 с.
3. Методика определения предельной цены на машины и оборудование производственного назначения. – Краматорск: НКМЗ, 2004. – 10 с.
4. Немцов В.Д. Менеджмент організацій: навч. посібник / В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань, Г.Ф. Сініон. – К: ТОВ “УВПК “ЕксОб”, 2003. – 243 с.

О.В. Котенко

Університет імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ КРИЗИ

Висока імовірність виникнення і розвитку кризи в процесі діяльності будь-якого підприємства зумовлює необхідність здійснення спеціалізованого антикризового управління.

Можна дати наступне тлумачення терміну «антикризове управління» – постійно організоване спеціальне управління, в основу якого покладена система методів та принципів розробки та реалізації специфічних управлінських

рішень, що приймаються відокремленим суб'єктом в умовах суттєвих ресурсних та часових обмежень, підвищеного ризику, фінансових та інтелектуальних витрат для відновлення життєздатності підприємства та недопущення його ліквідації як господарюючого суб'єкта .

Об'єктом антикризового управління є виникнення та поглиблення кризи розвитку підприємства, що має негативні наслідки для життєдіяльності підприємства, її усунення та запобігання.

Враховуючи різноманітність кризових явищ та наявність багатоваріантності в їх прояві, можуть реалізовуватися різні концепції (моделі) здійснення антикризового управління по відношенню до окремих параметрів кризи [1].

У будь-якому підприємстві, на будь-якому етапі його життєвого циклу питання управління персоналом належить до найбільш значимих, оскільки саме від персоналу, його згуртованості, продуктивності, умотивованості, характеру реагування на управлінські впливи залежить досягнення стратегічних, тактичних та операційних завдань, які стоять перед підприємством [2].

Кризовий стан підприємства і особливо розробка та реалізація антикризової програми, спрямованої на його переборення, істотно змінюють методичні засади управління персоналом, що і обумовлює доцільність виокремлення переліку цих задач в окрему підсистему – антикризове управління персоналом [3].

Більшість підприємств України усвідомлює необхідність здійснення інноваційної політики, але успішне її здійснення повинно ґрунтуватися на відповідній нормативно-правовій базі. Правові передумови державної інноваційної політики закладені в Конституції України, в якій стаття 54 гарантує громадянам свободу наукової, технічної та інших видів творчої діяльності, захист інтелектуальної власності, авторських прав. Стаття 116 зобов'язує Кабінет Міністрів України забезпечувати здійснення економічної політики у сфері освіти, науки і культури. Згідно з пунктом 4 цієї ж статті Кабмін розробляє і здійснює загальнодержавні програми економічного, науково-технічного і культурного розвитку України [4].

Список використаної літератури

1. Десслер Г. Управление персоналом: учеб. пособие / пер. с англ.; под ред. Ю.В. Шленова. – М.: БИНОМ, 1997. – 431 с.
2. Дятлов В.А. и др. Управление персоналом: Учеб. пособие // В.А. Дятлов, А.Я. Кибанов, В.Т. Пихала. – М.: ПРИОР, 1998. – 512 с.
3. Дуракова И.Б. Управление персоналом: отбор и найм. Исследование зарубежного опыта / И.Б. Дуракова. – М.: Центр, 1998.
4. Закон України «Про зайнятість населення» // Закони України. – К., 1999. – Т.1.

РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЕКТУ ПОБУДОВИ КОМП'ЮТЕРНОЇ МЕРЕЖІ НАДАННЯ ДОСТУПУ ДО ІНТЕРНЕТ ДЛЯ ЖИТЛОВОГО МАСИВУ

Інтернет докорінно змінює зміст ведення бізнесу: усе більш ділових операцій здійснюється через електронні відносини. Крім того, вдома, користувачі виходять в мережу, щоб поспілкуватися з друзями через Skype, переглянути новини, отримати електронну пошту, здійснювати WEB-серфінг.

У доповіді розглянуто попит реалізації проекту побудови комп'ютерної мережі надання доступу до Інтернет для житлового масиву міста Лозова приватним підприємством «Технічна компанія Мега», що працює на ринку глобальних комп'ютерних мереж та Інтернет - технологій.

Основні напрямки діяльності підприємства – надання організаціям та фізичним особам доступу до мережі Інтернет по комутованим та виділеним лініям, розміщення WEB-серверів, розробка і реалізація комерційних та некомерційних проектів із використанням мережі Інтернет. Якість послуг у поєднанні із оперативною реакцією на технічні запитання клієнтів конкурентні ціни та індивідуальний підхід до кожного роблять цю невелику компанію привабливою для ведіння спільної діяльності [1,2].

З червня 2002 року компанія розпочала реалізацію проекту з побудови загальноміської комп'ютерної мережі із виходом до Інтернет. На сьогодні мережею охоплено 100% центрального району міста, південно-західного житлового масиву та райцентри: смт. Панютине і смт. Близнюки.

Клієнтами компанії є сотні приватних осіб і десятки підприємств і числі яких можна назвати: Філія ПАГ «Українська залізниця», ПАТ «Харківгаз», ТОВ «Лозівський ковальсько-механічний завод», ПАТ КБ «Приватбанк», КБ «Експрес-банк» у яких, в свою чергу, дуже високі вимоги до якості послуг та забезпечення безпеки мережі.

Постійно удосконалюючи якість доступу для клієнтів, збільшую пропускні можливості своїх каналів, розширюючи модемний пул, підприємство надає і інші супроводжуючи послуги. А саме: послуги хостінгу, підтримки електронних поштових скриньок, послуги «останньої милі», технічної підтримки абонента.

Економічні аспекти віддаленого доступу враховують спосіб його оплати і інтенсивність використання, яке зазвичай оцінюється кількістю годин завантаженості глобальних каналів в місяць. Практично всі транспортні служби віддаленого доступу, пов'язані з комутованими каналами, оплачуються почасово, а в транспортних службах постійних каналів схема оплати помісячна, яка не залежить від завантаження каналу.

Тому спочатку визначається, яку кількість годин на місяць буде той чи інший віддалений користувач працювати з центральною локальною мережею віддалено. Потім на підставі тарифів оплати телекомунікаційних послуг

знаходиться той вид послуги, який більш економічний з точки зору даної кількості годин місячної роботи

Компанія постійно розвивається: фахівці підприємства слідкують за новими технологічними рішеннями, проводять аналітичні дослідження ринку Інтернет-послуг, вивчають пропозиції та побажання користувачів Інтернету.

Список використаних джерел

1. Антонов В.М. Сучасні комп'ютерні мережі: навчальний посібник / В.М. Антонов.– К.: МК-Прес, 2005. – 480 с.

2. Олифер В.Г., Олифер Н.А. Основы компьютерных сетей: учебное пособие / В.Г. Олифер, Н.А. Олифер. – СПб: Питер, 2009. – 352 с.

Науковий керівник: В.М. Косарев, канд. техн. наук, доц.

Н.О. Слободянюк

канд. екон. наук, доц.

доцент кафедри фінансів та банківської справи,

*Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, (м. Кривий Ріг)*

ІНВЕСТИЦІЙНА СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНУ

На сьогоднішній момент основним підходом до визначення конкурентоспроможності регіону є надбання фахівців міжнародного Інституту розвитку менеджменту в Лозанні (IMD-Lausanne). Вони розуміють під конкурентоспроможністю регіону здатність регіону (його населення, бізнесу і влади) перемагати в суперництві з іншими регіонами за залучення і створення нових факторів виробництва, забезпечуючи при цьому конкурентні переваги в економічному зростанні та рівні життя населення.

Основними характеристиками конкурентоспроможності країн і регіонів, за методологією IMD-Lausanne, є такі: продуктивність економіки, ефективність управління, ефективність бізнесу та забезпеченість інфраструктурою. За теорією конкурент-менеджменту ці характеристики доцільно розглядати за змістом і послідовно, а саме: 1) «вхід» регіону – фактори конкурентоспроможності (інфраструктура); 2) трансформаційний процес – процес формування конкурентних переваг (ефективність бізнесу); 3) «вихід» регіону – конкурентні переваги (продуктивність економіки); 4) контур зворотного зв'язку – управління конкурентоспроможністю (ефективність управління) [1].

Наявність сукупності відповідних складових конкурентних переваг та потенціалу регіону зумовлює підвищення його привабливості для інвестора, що є актуальним для сучасного розвитку національної економіки України.

В умовах необхідності залучення фінансових ресурсів та їх обмеженості першочерговим стає проблема аналізу та оцінки підвищення інвестиційної

привабливості регіонів як характеристики, що дає інвестору змогу уявити стан об'єкта вкладання коштів, забезпечує надійність майбутніх інвестицій та впевненість в отриманні результатів від їх використання. Інвестиційна привабливість регіону визначається як відповідність регіону головним цілям інвесторів, що полягають у прибутковості, безризиковості та ліквідності інвестицій. Активізація інвестиційної діяльності є пріоритетною умовою стабільного розвитку регіонів, яка здатна залучити фінансові та матеріальні ресурси як вітчизняних, так і зарубіжних інвесторів, а також раціонально їх використовувати в найбільш пріоритетних галузях економіки.

Оцінка інвестиційної привабливості України та її регіонів нині проводиться Європейською бізнес-асоціацією на основі регулярного моніторингу бізнес-клімату першими особами компаній – членів Асоціації та за допомогою індексу інвестиційної привабливості. Відповідно до запропонованої методики ЄБА рівень індексу інвестиційної привабливості України не досягає навіть нейтрального значення. Перше місце серед регіонів по капітальних інвестиціях займає м. Київ – станом на 2015 р. капітальні інвестиції становили 88 138,6 млн.грн., друге місце займає Дніпропетровський регіон – 25 919,9 млн. грн., Київський регіон займає третє місце – 24 359,1 млн. грн.

Найбільшу питому вагу в структурі капітальних інвестицій займають інвестиції у матеріальні активи, які за 2015 рік збільшились на 15337,3 млн.грн. у порівнянні з 2013 роком та склали 254730,9 млн.грн. За джерелами фінансування обсяг капітальних інвестицій збільшився на 9,3% у 2015 році в порівнянні з 2013 роком, зокрема за рахунок: коштів державних та місцевих бюджетів, коштів іноземних інвесторів, коштів населення на будівництво житла. Але найбільш на зростання обсягу капітальних інвестицій за джерелами фінансування вплинули власні кошти підприємства та організацій, які у 2015 році склали 184351,3 млн.грн. [2–4].

Інвестиційна привабливість регіону (області) визначається сукупністю чинників. Ці чинники інвестиційних рішень можна поділити на дві великі групи за критерієм незмінності/змінності в часі: 1) жорсткі фактори: географічне розташування; природні ресурси; робоча сила; споживчий сегмент; інфраструктура; 2) м'які фактори: діловий клімат; успішний досвід реалізації інвестиційних проектів; відкритість влади; діловий оптимізм.

Вітчизняні та зарубіжні науковці серед основних причин, що зумовлюють несприятливий інвестиційний клімат в Україні, відзначають нестабільність українського законодавства, нерозвиненість ринкової інфраструктури, зокрема фондового ринку, сильний податковий тиск, корупцію в місцевих і центральних органах влади.

Список використаних джерел

1. Назаров М.І. Конкуренентоспроможність регіону: суть та властивості. / М.І. Назаров [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2438>
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

3. Слободянюк Н.О. Аналіз та оцінка інвестиційної привабливості регіонів України [Електронний ресурс] / Н.О. Слободянюк, О.В. Пишна // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 14. – С. 221–226. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/issue-14-2016>

4. Слободянюк Н.О. Проблеми інвестиційної привабливості України. Фінансова та соціальна інфраструктура в забезпеченні інноваційного розвитку економіки України: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції студентів і аспірантів, м. Миколаїв, 22 жовтня 2016 р. – Миколаїв : МНАУ, – 2016. – С. 102–103.

Dzukem Kemkuignou Carine
University of Alfred Nobel (Dnipro)

DATA MINING: COMPACT AND DISTRIBUTED DATA STRUCTURES

When we talk about Data mining, we refer to all the techniques and methods used to explore and analyze large computer databases in order to detect data rules, associations, unknown trends, and specific structures that concisely summarize the essential information needed for decision-making support.

For dynamic analysis, these databases are combined with Artificial Intelligence whose calculation and distributed storage of data structures useful for data mining involves:

- The study of models and algorithms to maintain and balance distributed data structures dedicated to data mining queries (frequent patterns, horizon query, ...);
- Validation by experimenting on a grid or parallel machine including visual interaction mechanisms to "navigate" in the data.

The challenge is to be able to manipulate and analyze very large data sets in a distributed environment, minimizing the waste of network resources and maximizing interaction with the user. For this, it is necessary to optimize all the stages of the chain leading to the final application, thanks to formal models. The context of use of the intended application is that of decision support or data analysis in very different contexts: analysis of health risk factors, discovery of trends for marketing, research of Information for the general public (multi-criteria compromises such as "what is the best hotel, close to the beach, affordable, ...?").

The technical and scientific interest relates to the ability to quickly calculate expensive requests in a parallel or distributed environment. The emergence of paradigms such as "cloud computing" (data and processing are deployed on large recent infrastructure), voluntary calculation (voluntary provision of resources such as personal computers to distribute large computations), the growth of multicore machines suggest an increase in parallel and distributed computing for a large audience. So one of the objectives of this project is to appreciate the gain of the parallel calculation for queries quite natural but very intensive in resource.

The materialization (pre-calculation of results) which is thus one of the techniques to optimize the queries deployed here, the problem that arises can be

described as follows: given a set of workload requests, what are the best parts of the database that must be materialized in order to optimize the workload?

It's why the procedure to analyze the data structures in data mining is to carry out investigations on the data cubes and then to extend the solutions to case of more complex multi-criterion queries such as Skyline, Topk, ...

Indeed, in recent years, the database community has been particularly interested in new types of queries that are poorly or not at all optimized by the current DBMS. New algorithms have been proposed but very few works have used the materialization approach. However, given the availability of the current storage media, it becomes necessary to exploit this memory as well as possible. Especially since the queries on the cubes or the Skyline or Topk queries, the user generally does not have a perfect knowledge of what he is looking for.

Finally, it is envisaged to study the problems treated in a distributed context: in addition to look for the parts of the bases to be precalculated, by whom to calculate them in the case of a multi-core machine or a network peer, where to store them and how to exploit them during queries using effective visual interactions?

From a formal point of view, the techniques used are based on the algorithm of graphs (summary, spanners, graph labeling, graph drawing, ...) and distributed (scheduling, probabilistic algorithms, ...).

The work requires a theoretical study and an ability to develop programs for experiments.

Scientific supervision: Iu. Bartashevskaya, PhD (Economics), Associate professor.

*В.А. Епик, В.П. Валиков
канд. экон. наук,
доцент кафедры экономики и
моделирования бизнес-процессов,
Университет имени Альфреда Нобеля (г. Днепро)*

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ И КОНКУРЕНТОУСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

В рыночной системе хозяйствования категории «конкурентоустойчивость» и «конкурентоспособность» являются одними из ключевых, т.к. в них выражаются экономические, научно-технические, производственные, организационно-управленческие, маркетинговые возможности не только отдельного предприятия, отрасли, но и экономики страны.

Эти возможности реализуются в товарах и услугах, конкурирующих с аналогами как на внутреннем рынке, так и на внешнем.

Промышленность – основа экономического потенциала страны, только

конкурентоспособная промышленность в состоянии обеспечить конкурентоспособность экономики страны в целом.

Промышленная политика Правительства Украины заключается в следующем: разработка программ и законодательных актов, процедуры государственного регулирования и мероприятия государственной поддержки, которые должны быть подчинены главной и приоритетной цели – созданию условий для обеспечения конкурентоустойчивой деятельности украинских предприятий, соответствуя уровню международных требований и стандартов.

Результатом создания конкурентоспособной промышленности являются:

- развитие внутреннего рынка и рост ВВП;
- стабильные налоговые поступления в бюджет;
- рост экспорта и валютных поступлений в независимости от состояния международных рынков;
- рациональное использование природных ресурсов, вследствие обеспечения глубокой, безотходной переработки сырья и вторсырья;
- обеспечение занятости населения, сокращение безработицы;
- развитие и обеспечение социальной и политической стабильности и ряд других.

Научную и практическую ценность представляет опыт стран, входящих в технологическое ядро мирового сообщества – США, Китай, Япония, Великобритания, Южная Корея по обеспечению и удержанию конкурентных преимуществ, которые включают:

- отлаженную правовую систему;
- органичность природных ресурсов;
- развитую систему управления (менеджмента) на всех уровнях иерархии;
- высокий уровень качества и надежности продукции;
- увеличение и рост темпов расходов государства на науку, образование и развитие человека (особенно США, Китай и Япония);
- высокую продолжительность жизни и достойный уровень благосостояния населения и др.

Конкурентное преимущество – ценность, которой обладает система, дающая ей превосходство перед конкурентами.

В современной экономической литературе предлагается различать четыре основных уровня конкурентоспособности потенциала предприятия [1-2].

В настоящее время в условиях развития рыночных отношений потенциал большинства украинских предприятий достигает первого и второго уровня конкурентоспособности, в основном это предприятия с иностранными инвестициями.

Предприятия и выпускаемая ими продукция находятся в диалектическом единстве, одно без другого существовать не может, поэтому понятие конкурентоспособность разделено на характеристику, относящуюся отдельно к продукции – конкурентоспособность товара, и отдельно к предприятию – конкурентоустойчивость предприятия.

Конкурентоспособность определяет способность выдерживать

конкуренцию по сравнению с аналогичными объектами на конкретном рынке.

Под конкурентоустойчивостью следует понимать стабильную работу всех производственных систем предприятия в условиях конкуренции.

Величие страны определяется не только размером ее территории, богатством природных ресурсов, мощью армии, но и конкурентоспособностью производимых товаров и услуг.

Действующая в стране административно-командная, плановая система, не ориентирует предприятия на повышение конкурентоспособности и высокого уровня качества продукции. Проблема конкурентоспособности как практической задачи стоит только перед предприятиями, ориентированными на внешние рынки.

Проблема повышения конкурентоспособности отражает практически все стороны жизни общества и потому неизменно находится в центре внимания государственных деятелей и деловых кругов во всех развитых странах мира.

В Украине проблема обеспечения конкурентоспособности товаров и конкурентоустойчивости предприятия стоит намного острее, чем в зарубежных странах, однако каких-либо специальных мер по повышению конкурентоспособности отечественной экономики не принято [3].

Производство и реализация конкурентоспособных товаров и услуг – обобщающий показатель жизнестойкости предприятия, его умения эффективно использовать организационный, финансовый, социальный потенциалы.

Конкурентоспособным является тот товар, комплекс потребительских и стоимостных свойств которого обеспечивает ему коммерческий успех, т.е. позволяет быть прибыльно обмененным на денежные и иные средства в условиях широкого предложения и наличия товаров-аналогов.

Список использованной литературы

1. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.

2. Пострелова А.В., Маркин М.С. Оценка конкурентоспособности предприятия / А.В. Пострелова, М.С. Маркин // Молодой ученый. – 2013. – №6. – С. 398–402.

3. Базилюк Я.Б. Українська економіка сьогодні – досягнення, проблеми, перспективи / Я.Б. Базилюк. – К. : НІСД. 2007 – 234 с.

А.Р. Котович

Університет імені Альфреда Нобеля (г. Дніпро)

ДОЛЖНОСТЬ PROJECT MANAGER

Большинство людей понимают, что такое программирование и представляют насколько это тяжело. Однако, одной из самых трудных должностей в этой сфере является *Project Manager* или, как говорят, *PM*.

Project Manager – это специалист, чьей главной задачей является управление проектом в целом: проектирование и расстановка приоритетов, планирование выполнения задач, контроль, коммуникации, а также оперативное решение проблем.

Основные качества для хорошего *PM'a*:

- 1) хорошее знание предметной области бизнеса;
- 2) лидерские качества;
- 3) опыт работы с людьми;
- 4) навыки презентаций и убеждения;
- 5) умение договариваться и учитывать интересы разных групп людей;
- 6) способность вежливо и понятно излагать мысли на многих языках.

PM'a можно назвать переводчиком между заказчиком и рабочей группой, ему необходимо грамотно преподнести информацию двум сторонам. Фактически, перевести желание клиента на программный язык. И, также уметь организовывать и ставить выполнимые задачи.

Основными задачами *PM'a* является решение каждодневных проблем проекта и координация общей цели проекта.

Задачи PM'a можно разделить на два класса: тактические и стратегические. К тактическим задачам можно отнести каждодневные, рутинные операции, связанные с проектом, устранение препятствий и помех в достижении целей. Стратегические задачи, напротив, заключаются в достижении, координации и контроле достижения общей цели проекта.

В общем случае задачи *PM'a* можно классифицировать таким образом:

- достижение целей проекта и клиента;
- достижение целей руководства и компании;
- достижение целей членов команды.

Основные задачи *Project Manager'a*, связанные с его ролью в этой сфере:

- проектная документация;
- составление плана проекта;
- анализ возможных рисков;
- организация работы команды вокруг требуемой задачи;
- отслеживание сроков выполнения задач;
- общение с заказчиком, управление его ожиданиями;
- предоставление заказчику отчетности о ходе выполнения задач и проекта в целом;
- отслеживание состояния проекта, хода выполнения задач;
- удержание команды в рабочем состоянии, мотивация команды.

Достоинствами должности являются динамичность работы, работа в сфере управления, возможности проявить себя. Недостатки: ненормированный график работы, высокая ответственность и стрессовость.

В итоге можно сделать важный вывод, что работа *PM'a* – многогранна и интересна. Она включает в себя очень много обязанностей и задач. Он всегда должен быть готов к проблемам и быстро принимать решения по устранению их; уметь находить общий язык с клиентом и сотрудниками; быть

убедительным и общительным человеком, чтобы заинтересовать клиента. В заключение можно сказать, что *Project Manager* – это связующее звено между разработчиками и заказчиком, и с этого человека и начинается создание сайта.

Научный руководитель: Ю.Н. Барташевская, канд. экон. наук, доц.

Г.И. Ивлев

Университет имени Альфреда Нобеля (г. Днепро)

АНАЛИЗ И РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ ОБМЕНА ДАННЫМИ НА ОСНОВЕ АЛГОРИТМА КРИПТОШИФРОВАНИЯ ЭЛЬ-ГАМАЛЯ

В настоящее время методы криптографии нашли большое применение не только для защиты данных от нежелательного доступа, но и в качестве основы многих новых информационных технологий – электронных денег, документооборота, тайного голосования и другие. Современная криптография решает следующие три основные задачи:

- обеспечение конфиденциальности;
- обеспечение проверки подлинности информации и источника сообщений;
- обеспечение анонимности.

Данные, передаваемые из одной системы в другую через общедоступную сеть, могут быть защищены с помощью методов шифрования, используя «ключ». Только пользователь, имеющий доступ к этому «ключу» может зашифровать / расшифровать данные. Этот метод известен как симметричный или метод с закрытым ключом. Примерами могут послужить AES, 3DES и т.д. Эти стандартные симметричные алгоритмы, определенно доказано имеют высокий уровень безопасности и проверены временем. Одной из таких систем с криптоключом является система (алгоритм) Эль – Гамалы.

Алгоритм Эль - Гамалы – двухключевой алгоритм, предназначен как для шифрования / дешифрования сообщений, так и для генерации электронной подписи. В основе секретности алгоритма лежит высокая сложность операций вычисления целочисленных логарифмов по сравнению с операцией возведения в степень в конечных полях.

Генерация ключей

Для генерации пары ключей, открытого и индивидуального, необходимо выбрать большое простое число p и два произвольных числа g и d :

$$0 < g < p \quad 0 < d < p$$

Далее следует вычислить:

$$Z = g^d \text{ mod } p$$

Открытый ключ составляют числа Z , g , и p , причем g и p могут быть общими для группы пользователей. Индивидуальным (закрытым) ключом является число d .

Шифрование

Для шифрования сообщения X выбирается произвольное число V , взаимно простое с $(p-1)$, и вычисляется:

$$Y1 = g^V \text{ mod } p$$

$$Y2 = (Z^V \cdot X) \text{ mod } p$$

$Y1$ и $Y2$ составляют зашифрованное сообщение, его размер вдвое превышает размер шифруемого исходного сообщения X .

Дешифрование

Дешифрование производится в соответствии с выражением:

$$X' = (Y2 / (Y1^d)) \text{ mod } p$$

Поскольку:

$$Y2 = (Z^V \cdot X) \text{ mod } p = (g^{V \cdot d} \cdot X) \text{ mod } p$$

$$Y1^d = g^{V \cdot d} \text{ mod } p$$

$$X' = [(g^{V \cdot d} \cdot X) / (g^{V \cdot d})] \text{ mod } p = X$$

т.е. восстановленное сообщение X' адекватно исходному сообщению X .

Научный руководитель: Ю.Н. Барташевская, канд. экон. наук, доц.

Є.Є. Кошляк

Університет імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)

ВИЗНАЧАЛЬНІ ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Поняття конкурентоспроможності інтерпретується і аналізується в залежності від економічного об'єкту який розглядається. Безумовно, критерії, характеристики і фактори динаміки конкурентоспроможності на рівні товару, фірми, корпорації, галузі, національного господарства або нації мають свою специфіку. Аналіз конкурентоспроможності може бути проведений для кожного з рівнів, в залежності від цілей дослідження.

Конкурентоспроможність – це ступінь, з якою нація при справедливих умовах вільного ринку виготовляє товари і послуги, які задовольняють світовим вимогам і при цьому збільшує доходи своїх громадян.

Рівень конкурентоспроможності нації визначається такими основними факторами, як:

- технологія;
- наявність капіталів;
- наявність людських ресурсів;
- стан зовнішньої торгівлі [1].

Конкурентоспроможність (взагалі), – як соціально-економічна категорія – це спроможність, вміння досягати законним шляхом найвищих економічних та соціальних переваг. З цього визначення виходить важливий практичний висновок про те, що конкурувати (досягати найвищих економічних та соціальних переваг) можливо:

а) самому з собою (у часі: результати досягнуті в попередній період діяльності та результативність за аналогічний останній період суттєво відрізняються);

б) один з одним (суперництво за досягнення будь-чого);

в) колективу з колективом;

г) продукції даного виду з аналогічною продукцією і таке інше.

Зрозуміло, що конкурентоспроможність виступає не сама по собі, не як самоціль, а як засіб для створення визначеного товару (продукції), послуг різного виду.

Визначення, аналіз та узагальнення існуючих в науковій та учбовій літературі основних категорій, щодо конкурентоспроможності дозволяє охарактеризувати поняття наступним чином.

Конкурентоспроможність продукції – це комплекс споживчих та вартісних характеристик, які визначають її успіх на ринку, тобто спроможність саме даного товару бути обміненим на гроші в умовах широкої пропозиції до інших конкуруючих товаровиробників.

Конкурентоспроможність підприємства слід розуміти, як реальну та потенційну спроможність, а також наявні для цього можливості підприємства вивчати попит (ринок), проектувати, виготовляти та реалізувати товари, які по своїм параметрам у комплексі більш для споживачів, ніж товари конкурентів.

Конкурентоспроможність персоналу, тобто робітників, спеціалістів, керівників підприємства – це вміння кожного з них і всіх разом, як одне ціле, швидко і ефективно сприймати і реалізувати різні новинки в кожній стадії життєвого циклу продукції. Це вміння створювати вироби, які відповідають всім вимогам споживача з найменшими витратами усіх видів ресурсів [3].

Узагальнюючи думки науковців можна стверджувати, що конкурентоспроможними можна вважати підприємства, які завдяки ефективно організованій виробничій, збутовій, маркетинговій та управлінській діяльності, можуть здобувати переваги над іншими вітчизняними чи іноземними виробниками, виготовляти потрібну споживачам продукцію з використанням найновіших досягнень науки і техніки, оперативно пристосовуватися до змін кон'юнктури ринку, оптимізувати свої розміри та обсяги виробництва задля досягнення поставлених цілей. Як зазначається у багатьох теоретичних джерелах, “конкурентоспроможність” є складною багатовимірною категорією, яка вивчається низкою економічних дисциплін і має величезне практичне значення. Автори часто пропонують трактувати її як здатність суб'єктів

економічної діяльності витримати конкурентну боротьбу на ринках економічних благ, швидко і ефективно пристосовуючись до нових умов господарювання [2].

Конкурентоспроможність підприємств можна визначати також на підставі аналізу виробничого потенціалу підприємства та ступеня впливу зовнішнього середовища. Перевагою такого підходу є можливість врахування особливостей розвитку конкурентної ситуації на ринку, з'ясування місця кожного підприємства на даному ринку, визначення найсильніших конкурентів серед його учасників.

Список використаних джерел

1. Воронкова А. Поддержка конкурентоспособности предприятия / А. Воронкова // Бизнес информ. – 2015. – № 3-4. – С. 102–103.
2. Дробитько Н.А. Методика оценки конкурентоспособности предприятий / Н.А. Дробитько // Коммунальное хозяйство городов: научн.-техн. сб. – Вып. 34 (Сер. “Экономические науки”). – К.: Техніка, 2014. – С. 41–50.
3. Конкурентоспроможність економіки України: стан і перспективи підвищення / за ред. д-ра екон. наук І.В. Крючкової. – К.: Основа, 2007. – 488 с.

Науковий керівник: В.П. Валіков, канд. екон. наук, доц.

*Н.В. Маруженко, Б.И. Калынюк
Университет имени Альфреда Нобеля (г. Днепро)*

ВЗАИМОСВЯЗЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ И КОНКУРЕНТОУСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Промышленность – основа экономического потенциала страны, только конкурентоспособная промышленность в состоянии обеспечить конкурентоспособность экономики страны в целом.

Конкурентоспособность украинской промышленности – это та идея, которая может объединить людей, независимо от их политического предпочтения и положения в обществе.

Результатом создания конкурентоспособной промышленности является:

- развитие внутреннего рынка и рост ВВП;
- рост экспорта и валютных поступлений в независимости от состояния международных сырьевых рынков;
- стабильные налоговые поступления в бюджет;
- сохранение и развитие научно-технической базы и потенциала страны;
- обеспечение занятости населения, сокращение безработицы;
- развитие и обеспечение социальной и политической стабильности.

Практическую ценность представляет опыт страны, входящих в технологическое ядро мирового сообщества: США, Японии, Германии, Англии

и Франции, по обеспечению и удовлетворению конкурентных преимуществ, которые включают:

- отлаженную правовую систему;
- ограниченность природных ресурсов;
- развитую систему управления на всех уровнях иерархии;
- значительный удельный вес прогрессивных информационных и управленческих технологий;
- развитие международной стандартизации и интеграции;
- высокий уровень качества и надежность продукции;
- увеличение и рост темпов расхода государства на нужду, образование и развитие человека;
- высокую продолжительность жизни и достойный социальный уровень благосостояния населения.

Конкурентное преимущество – ценность, которой обладает система, дающая ей превосходство перед конкурентами.

Конкурентное преимущество обеспечивается факторами:

- материальными или виртуальными;
- внешними и внутренними;
- базисными или второстепенными;
- направленными на повышение качества объекта по стадиям его жизненного цикла [1].

Конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Под конкурентоспособностью следует понимать стабильную работу всех производственных систем предприятия в условиях конкуренции.

Понятие конкурентоустойчивость позволяет создать, контролировать развитие и формировать потенциал производственной системы по всем его составляющим на высоком качественном уровне [2].

Для достижения конкурентоустойчивости важным моментом является соблюдение алгоритма по выбору зоны хозяйствования, сектора и рынка в зависимости от привлекательности для производителя и потребителя.

Организационно-экономический механизм управления конкурентоустойчивости – методология построения отдельных разделов системы менеджмента, ориентируется на достояние конкурентоспособности управляемого объекта, базируется на экономических законах функционирования рыночных отношений, законах организации, научных подходах, принципах, функциях и методах управления. Главным из них является системный подход.

Системный подход – методология исследования объектов как системы. Система состоит из двух составляющих:

1. Внешнее (макро-) окружение, включающее в себя вход, выход, связь с внешней средой и обратную связь;

2. Внутренняя (микро-) структура – совокупность взаимосвязанных компонентов, обеспечивающих процесс воздействия субъекта управления на объект, переработка входа информации в выход, а так же достижение целей системы.

Величие страны определяется не только размером её территории, богатством природных ресурсов, мощью армии, но и конкурентоспособность производимых товаров и услуг.

Сегодня в Украине проблема обеспечения конкурентоспособности товаров и конкурентоустойчивости предприятий стоит намного острее, чем в зарубежных развитых странах.

Однако, каких либо специальных мер принудительного характера по повышению конкурентоспособности отечественной экономики всё ещё не принято.

Список используемых источников

1. Борисова Т. Феномен міжнародної конкуренції в економіці / Т. Борисова / Галицький економічний вісник. – 2010. – С. 27.

2. Должанський І. Конкурентоспроможність підприємства / І. Должанський / Центр навчальної літератури. – 2006. – 384 с.

Научный руководитель: В.П. Валиков, канд. экон. наук, доц.

Д.А. Миндра

Університет імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро)

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ОДИН ІЗ ФАКТОРІВ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Одним з найважливіших системних чинників підвищення конкурентоспроможності національної економіки та нац. безпеки держави є утворення інноваційної моделі розвитку. Останнім часом спостерігається усвідомлення зростаючої важливості інноваційної економіки. Перехід України до змішаної економіки призвів, до зміни розуміння місця й основної мети інноваційної політики на підприємстві. Головну ціль інноваційної діяльності підприємства або організацій можливо позначити як отримання певного числа інновацій у вигляді нової продукції, технологій, сировини, методів організації управління, що володіють певними характеристиками. Інноваційна діяльність грає вирішальну роль в максимізації прибутку підприємства, головного чинника його економічної стійкості.

Згідно головних звітів у 2011 році інноваційною діяльністю займалося 31 підприємство, у 2013 всього 22, а в 2015 лише 10, такі є основні рейтингові показники підприємств всього регіону.

Програма інноваційної діяльності підприємства повинна являти собою портфель проектів інноваційної діяльності. Під час визначення інноваційних проектів, які потрібно включити до інноваційної програми, потрібно використовувати такий інструмент контролю інноваційної діяльності як портфельний аналіз [1-3].

Портфельний аналіз передбачає:

- визначення цілей проекту;
- формування структури проекту
- визначення необхідних ресурсів для цілей проекту;
- складання бюджету за проектом;
- визначення організаційної структури з проекту;
- формування основних підконтрольних показників що до реалізації даного проекту.

При прийнятті управлінських рішень, що до інновацій, важлива чітка класифікація та виявлення їх змісту. Чинники, що формують інноваційну діяльність підприємства ділять на внутрішні та зовнішні.

До внутрішніх чинників відносять матеріальні та фінансові ресурси, техніку та технологію, організацію та управління, а до зовнішніх – стан ринку, бюджетну й податкову політику, природні ресурси, наявність конкурентів, науковий потенціал країни, стан макроекономіки наукове міжнародно-технічне співробітництво, політичний чинники і то що. Аналіз впливу інноваційної діяльності на ефективність підприємства повинно здійснюватись за двома напрямками.

Перший напрямок передбачає аналіз динаміки частини прибутку кожного продукту в загальному її обсязі, тобто мова іде про приріст прибутку по кожному продукту номенклатури виробів, що випускаються. Керівництво підприємства, в першу чергу менеджери, повинні забезпечувати послідовну зміну продукції й технологій щоб забезпечувати високу стійку норму прибутку, що у свою чергу досягається за рахунок активізації інноваційної діяльності.

Другий напрям передбачає аналіз приросту прибутку, який забезпечується за рахунок розширення номенклатури виробів що випускається, збільшення цін реалізації, зниження витрат на виробництво й реалізацію, збільшення обсягів реалізації.

Аналіз ефективності діяльності підприємства є основою для подальших інноваційних перетворень. Такий аналіз дозволить не тільки позначити можливі напрями інноваційної діяльності, але і обґрунтувати яке з них економічно ефективне.

Під напрямком інноваційної діяльності розуміють інноваційні проекти направлені, як на розробку, так й на освоєння нових продуктів і технологій, При цьому доцільно проводити порівняльний аналіз прибутковості колишнього з напрямків інноваційної діяльності, Підсумовуючи слід зазначити, що від інноваційної активності підприємства залежить від його здатності задовольнити потреби споживачів, положення на ринку, конкурентоспроможності і в кінцевому підсумку фінансову стійкість, спроможність до виживання.

Список використаних джерел

1. Богдан Ю.М. Оцінювання і вибір варіантів інноваційного розвитку підприємств у не стабільному ринковому середовищі. Ю.М. Богдан // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємство. – 2009. – №6. – С. 22–27.

2. Ганущак-Єфіменко Л.М. Сутність інноваційного потенціалу та його роль у розвитку підприємства / Л.М. Ганущак-Єфіменко // Догмування ринкових відносин в Україні. 2010 – №7. – С. 74–78;

3. Ковурко Т.В. Оцінювання інноваційного потенціалу підприємства. / Т.В. Ковурко // Економіка та підприємство – 2009 – №6. – С. 101–105.

Я.Д. Антипенко

Університет імені Альфреда Нобеля (г. Дніпро)

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях рынка нереально добиться стабильного успеха в бизнесе, если не планировать его эффективное развитие, не аккумулировать постоянно информацию о собственных перспективах и возможностях, о состоянии целевых рынков, о положении на них конкурентов и своей конкурентоспособности.

Конкурентоспособность предприятия – это относительная характеристика, которая выражает степень отличия данного предприятия от конкурентов в сфере удовлетворения потребностей клиентов [1].

Высокая конкурентоспособность предприятия обуславливается удовлетворенностью и готовностью потребителей повторно приобрести продукцию этой фирмы, отсутствием претензий к предприятию со стороны общества, акционеров, партнеров, престижностью работы на данном предприятии [2].

Конкурентоспособность предприятия, будучи многогранным понятием, не только включает качественные и ценовые параметры промышленной продукции, но зависит от уровня менеджмента, сложившейся системы управления финансовыми потоками, инвестиционной и инновационной составляющими его деятельности. Кроме того, на конкурентоспособность оказывает влияние конъюнктура, складывающаяся на том или ином рынке, степень конкуренции, испытываемая предприятием со стороны других участников рынка, техническая оснащенность, степень внедрения инноваций, мотивация и квалификация персонала, финансовая устойчивость [3].

При прочих равных условиях важнейшую роль приобретает маркетинговая составляющая конкурентоспособности предприятия. Маркетинг ориентирован на выявление наиболее значимых потребностей клиентов, учет изменений потребительских предпочтений, оценку перспективности сегментов рынка, разработку и претворение действенных стратегий по повышению конкурентоспособности.

Необходимым условием определения конкурентоспособности выступает наличие конкуренции. Конкуренция осуществляется на рынке

– условном месте купли-продажи конкретного вида товара, заключения торговых сделок, которые осуществляются в определенных по интенсивности условиях конкуренции с соблюдением этических и правовых норм и правил. Конкурентоспособность товара – способность отвечать требованиям конкурентного рынка, запросам покупателей в сравнении с другими аналогичными товарами, представленными на рынке. Она определяется, с одной стороны, качеством товара, его техническим уровнем, потребительскими свойствами, с другой стороны – ценами, устанавливаемыми продавцами товаров. Кроме того, на конкурентоспособность влияют мода, продажный и послепродажный сервис, реклама, имидж производителя, ситуация на рынке, колебания спроса. Таким образом, конкурентоспособность товара – рыночная характеристика, совокупность его преимуществ на рынке, способствующих успешной реализации в успешной конкуренции. Данное понятие определяется системой технических, потребительских и экономических показателей: техническим уровнем продукции, функциональными, социальными, эстетическими и другими полезными свойствами, ценой покупки и затратами на потребление. Оценка проводится путем сравнения этих показателей с товаром-конкурентом, перспективными образцами и нормативами [4].

Таким образом, конкурентоспособность предприятия – это возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка. Поддержание на высоком уровне конкурентоспособности обеспечивается всеми компонентами имеющихся у предприятия маркетинговых средств. Производство и эффективная реализация конкурентоспособных товаров и услуг – обобщающий показатель жизнестойкости предприятия, его умения эффективно использовать свой производственный, научно-технический, трудовой, финансовый потенциал.

Список используемых источников

1. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. / Р.А. Фатхутдинов. – М., 2013. – С. 223.
2. Данько Т.П. Управление маркетингом. М., 2012. – С. 206.
3. Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г. Основы управления конкурентоспособностью. / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина. – Саратов, 2011. – С. 23–24.
4. Портер М. Конкуренция. / М. Портер. – М., 2012.

Научный руководитель: В.П. Валиков, канд. экон. наук, доц.

М.Ю. Фазылов, А.В. Кобзар

Университет имени Альфреда Нобеля (г. Днепро)

ИСТОРИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ВИДЕОКАРТ

В докладе рассматривается история и возможности видеокарт современных персональных компьютеров. Начало истории PC-современных

персональных компьютеров, положил адаптер MDA появившийся во всем известной IBM в 1981 году ставший родоначальником графических карт. Этот адаптер является первым не интегрированным в материнскую плату. Он был собран на отдельной плате и для него был создан специальный слот в универсальной шине XT-bus.

Интересным является то, что адаптер MDA не работал в графическом режиме- он был просто текстовым. Да, в то время компьютеры уже умели работать с компьютерной графикой. Тогда почему же IBM отказались от графики? Все дело в позиции IBM. По их мнению, компьютер должен был работать исключительно в бизнес-целях и «рисовать» на мониторе считалось чем-то несерьезным.

В 1981 году был выпущен для «несерьезных» пользователей IBM PC адаптер CGA (Color Graphics Adapter). Данный адаптер выдавал разрешение меньше, чем у MDA, зато режимов работы было намного больше. Данную возможность предоставила видеопамять в объеме 16 кб. Адаптер CGA мог работать и в текстовом режиме и в режиме графики. Он имел возможность отображения символов точно в таком же количестве, как и MDA (25 по 80 или 40 символов). Но у символов было 16 цветов, не смотря на то, что они располагались на матрице 8*8 пикселей.

Рост качества пошел в сторону количества цветов и пикселей. В 1984 году EGA мог выводить 16 цветов (4 бита) при разрешении в 640*350 пикселей. Соответственно, выросла видеопамять. Сперва EGA имела 64 кб, а позже доросла до 256 кб. Именно благодаря такому количеству памяти EGA справлялся с несколькими страницами памяти. И по этой же причине процессор мог формировать несколько кадров изображения сразу, т.е. графика была улучшена в направлении скорости.

В недалеком будущем была запущена технология 3D для компьютеров. Первооткрывателем стала компания S3. Видеокарта данной компании S3 Virge поддерживала 4 мб памяти VRAM или DRAM и стала наследником успеха Trio 64V+. Ядро и память работали с частотой 80 МГц. Данный адаптер имел в себе функцию ускорения трехмерной графики. Создатели игр смогли пользоваться динамическим освещением и билинейной фильтрацией текстур, хоть и прибавку скорости в самих играх Virge не давала.

В конце 90-х лидерами производства видеокарт являлись 3Dfx, занимавшая первое и почетное место, за ними следовала NVIDIA.

Решающим годом для компаний был 1999 год. Каждая компания выпустила свою видеокарту. Победителем стала компания NVIDIA со своей видеокартой GeForce 256. Данный адаптер опережал все другие адаптеры за счет отличной функциональности. GeForce 256 имел 4 конвейера рендеринга, рабочую частоту 120 МГц и 32 Мб. памяти с частотой 166 МГц и 128-битной шиной SDRAM.

На данный момент, одна из последних видеокарт компании NVIDIA- ASUS GEFORCE GTX1080, которая имеет объем памяти в 8192 Мб, частоту работы GPU в 1670 МГц и шину памяти 256 бит. Разъемы подключения DVI-D, HDMI и DisplayPort.

С тех пор компания NVIDIA остается лидером на рынке среди производителей видеокарт. Данная компания сделала огромный прорыв и благодаря ее продукции мы имеем сегодня невероятно огромные вычислительные мощности, красивую картинку и стабильную работу персональных компьютеров.

Список используемых источников

1. Таненбаум Э. Архитектура компьютера / Э. Таненбаум. – СПб.: ПИТЕР, 2007. – 846 с.

Научный руководитель: В.М. Косарев, канд. техн. наук, доц.

M. Parshyna

University of Alfred Nobel (Dnipro)

MAIN FEATURES OF MODERN INTERNATIONAL TRADE

Today international trade is one of the major driving forces of economic development.

It accounts about 80% of all international operations. It is the trade between the country and other ones, which consists of two opposing flows of goods and services: export and import.

International trade provides the voluntary exchange of goods, services, products of intellectual labor between the parties of a trade agreement. Since this exchange is voluntary, both parties of the agreement must be confident that they will get benefit from this exchange, otherwise the agreement will not be signed.

Geographic and commodity structure is an important feature of international trade.

Geographic structure of international trade means the distribution of trade flows between separate countries and their groups, created according to territorial or organizational criterion.

Territorial geographic structure generalizes information about international trade scale of countries belonging to the same part of world or extended country group (developed countries, developing countries, countries in transition).

Organizational geographic structure generalizes data concerning international trade between both countries belonging to international trade and political unions and countries, which are separated in defined groups by the chosen criterion (oil-exporting countries, debtor countries etc.).

Commodity structure of international trade is formed under the influence of competitive advantages, which are available for the national economy. A country has competitive advantages only if prices on export commodities (or domestic prices) are lower than the world ones.

Difference in prices occurs due to different production costs, which are depended on two factor groups.

The first factor group is formed by natural competitive advantages. Among them are natural-geographical factors: climate, availability of mineral fossils, soil fertility etc.

The second factor group (the socio-economic one) is formed by gained competitive advantages. These factors define scientific-technical and economical level of country development, its production apparatus, scale and sequence of production, production and social infrastructure, scale of research activities.

International trade has its own specific features, which distinguish it from intra-national trade:

1) Government regulation of the international trade. Every country is functioning within its own legal framework. The government of the country controls and takes an active part in foreign-trade relations and monetary relations, connected with trade operations.

2) Independent national economic policy. National economic policy can permit free flow of goods and services between countries, regulate or prohibit it, All this influence significantly the international trade.

3) Social and cultural difference of countries. Countries which take part in international trade have different traditions, languages, priorities and culture. Such differences complicate relations between governments and add a lot of new elements in activity of international enterprises.

4) Financial and commercial risks. International trade takes place between countries with different exchange systems, which cause the exchange of one currency to another one.

Currency risk in international trade means risk of currency loss as a result of change in currency of price in relation to currency of payment in between signing an international contract and effecting of payment according to this contract.

Commercial risks are connected with possibilities of non-receipt of profits or a loss occurrence during trade operations realization.

The importance of international trade within the world economic system is caused by important factors and practicability of international exchange of goods and services.

There are some factors predetermining the necessity of international trade:

1) Emergence of the world market.

2) Unevenness of development of individual industries in different countries. Products of the most developed industries, which can't be realized at the internal market, is transported abroad.

3) Tendency to unlimited expansion of the production. Since the capacity of domestic market is limited by solvent demand of population, production is overgrowing the limits of domestic market and businesspeople of every country are struggling for foreign markets.

4) Tendency to get higher income in connection with the usage of low-paid manpower and raw materials from developing countries.

International trade is especially important, because there is no country in the world, which can exist without foreign trade. They are all depended on international trade.

International trade is rational, when it provides some benefits, which can be received on three levels: national level, the level of domestic international firm and also on customers' one.

Due to taking part in the international trade, countries gain:

- 1) the opportunity to export those goods, production of which takes more national resources, which country has in relatively large numbers;
- 2) the opportunity to import those goods, which can't be produced in their country because of the lack of needed resources;
- 3) economies of scale effect in production, specialized on more narrow set of goods.

There are two points of view on benefits from international trade for home international firms. The first point of view concerns the export opportunities, the second one - the import ones.

From the point of view of export activity, enterprises obtain benefits at the expense of:

- 1) using excess capacity, which is hold by companies, but are not desirable by domestic demand;
- 2) getting greater profits.

Because of the difference between the foreign trade competitiveness environment and the national one, the producer can sell goods there with higher income;

- 3) considerable volumes foreign sales, which make natural producers less dependent on domestic economic conditions;
- 4) reduction of production costs, connected with: fixed costs, covered by the expense of bigger volume of outputs; effectiveness rising due to experience, gained during manufacture of large batch of produce; bulk purchases of materials and their transportation by large batches;
- 5) distribution of risk.

Producer can reduce the fluctuations of demand by organizing the production distribution on foreign markets, due to of countries' economic activity being in different phases, and some goods being on different stages of the life cycle;

- 6) knowledge and best practices, received by firms in the functioning process on foreign markets.

From the point of view of import activity, enterprises obtain benefits at the expense of:

- 1) avoiding limits of the domestic market by reducing production costs or by upgrading quality of production;
- 2) getting cheap high-quality materials, components, technologies to be used in its production;
- 3) using excess capacity of trade distribution network;
- 4) expansion of commodity line due to which a firm can increase its supply of product line;
- 5) possibilities of distribution of operative risks, as by expanding the suppliers range, the company will be less depended on a singular supplier.

In their turn, consumers obtain benefits from cheaper prices, increasing of quantity and diversification of goods, which leads to higher standard of well-being.

E. Gudzovskaya
Alfred Nobel University (Dnipro)

THE STATE OF INDUSTRIAL COMPLEX IN UKRAINE

The industrial complex of Ukraine is an important component of the Eastern European economic complex. Analysis of the current state of the industry has shown a significant reduction in the share of the industry in GDP of Ukraine, the lack of the clear development strategy of the government and industry ineffectiveness of existing government support.

Indices of industrial production in Ukraine

Table 1.

year	2011	2012	2013	2014	2015
percentage	109.5	102.4	96.6	95.8	80.0

The index of industrial production in Ukraine reduced, as it is shown in Table 1. In recent years, limiting of demand and lack of financial resources have been the main factors that hinder the development of industry. Low demand is explained by the dependence on the situation on the world markets. Traditional markets are closed to Ukrainian goods. Entering new markets is difficult because of the high requirements for product quality or low competitiveness of our products due to high costs as a result of inefficient production technologies, and low energy efficiency. Domestic demand for manufactured goods is limited, and purchasing power is declining. Foreign direct investment is insufficient to support the sustainable development of the industry over the years of independence.

So, the whole structure of the industrial complex of Ukraine is ineffective. This leads to excessive natural resources and at the same time does not meet the basic needs of the economy. However, the industry of Ukraine has significant competitive advantages since it is provided with abundant mineral resources (coal, iron ore, peat, shale gas, uranium), land management, infrastructure, convenient geographical location and promising consumer market. Therefore, structural changes in the industry of Ukraine, reforms of its structure, based on advanced development of knowledge-intensive sectors of production and consumer goods industries, providing scientific and technical progress in all the branches of the economy are important factors for economic stabilization and further growth.

Scientific supervisor: Sergiy Dubinsky, PhD in Economics, Associate Professor,

Language supervisor: S.I. Medynska, Senior Lecturer.

Навчальне видання

*Всеукраїнська науково-практична конференція
молодих вчених і студентів*

**ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ, РЕГІОНІВ
ТА КРАЇН В УМОВАХ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА**

Тези доповідей

(українською, російською та англійською мовами)

Підписано до друку 14.03.2017. Формат 60×84/16.

Ум. друк. арк. 3,25. Тираж 70 пр. Зам. № .

ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля».
49000, м. Дніпро, вул. Січеславська Набережна, 18.

Тел. (056) 778-58-66, e-mail: gio@duan.edu.ua

Свідоцтво ДК № 5309 від 20.03.2017 р.

Віддруковано у ТОВ «Роял Принт».
49052, м. Дніпро, вул. В. Ларіонова, 145.

Тел. (056) 794-61-05, 04

Свідоцтво ДК № 4765 від 04.09.2014 р.