

*Міністерство освіти і науки України
Українська інженерно-педагогічна академія*

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

ЛІІ
*науково-практичної конференції
науково-педагогічних працівників,
науковців, аспірантів та
співробітників академії*

Частина 5

Секції:

*Економіки та організації діяльності суб'єктів господарювання
Менеджменту
Філософії, українознавства, історії та політології*

Травень 2019 р.

**Харків
2019**

Склад організаційного комітету

Голова:

Купріянов О.В. – проректор з наукової роботи.

Відповідальний секретар:

Карташова Г.В. – молодший науковий співробітник НДЧ.

Члени оргкомітету:

Антоненко Н.С. – декан факультету енергетики, енергозберігаючих технологій і автоматизації енергетичних процесів;

Литвин О.О. – декан технологічного факультету;

Кондратюк О.Л. – декан факультету комп'ютерних і інтегрованих технологій в виробництві та освіті;

Коваленко Д.В. – декан факультету міжнародних освітніх програм;

Ярмош О.В. – декан факультету економічних, управлінських та освітніх технологій;

Коломієць В.В. – керівник навчально-наукового професійно-педагогічного інституту (м. Бахмут);

Масич В.В. – керівник групи з наукової діяльності.

ЗМІСТ
СЕКЦІЯ ЕКОНОМІКИ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ
ГОСПОДАРЮВАННЯ

Безугла Ю. Є. ПРОГНОЗУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМЕТРИЧНОЇ МОДЕЛІ	8
Дем'яненко Т.І. ЧИННИКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	9
Прохорова В. В. УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ БЕЗПЕКОЮ	10
Чобіток В. І. ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	11
Чобіток В. І., Чайка А. В.. ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ШКОЛИ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДУМКИ	12
Чумак Л. Ф. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	13
Чумак Л. Ф., Староста Ж. С. АКТУАЛЬНІ ШЛЯХИ РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	14

СЕКЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ

Антипцева О. Ю., Анзіна А. О. МАРКЕТИНГОВІ ПЛАТФОРМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ІНТЕГРАЦІЄЮ СПОЖИВАЧІВ В ПРОЦЕС СТВОРЕННЯ НОВОЇ ЦІННОСТІ	15
Антипцева О. Ю., Квасницька Л. В. ЗАЛУЧЕННЯ СПОЖИВАЧІВ В СПІЛЬНЕ СТВОРЕННЯ ЦІННОСТІ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЗАДОВОЛЕНOSTІ КЛІЄНТІВ	16
Антипцева О. Ю., Параскеєва Е. В. СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ ІНТЕГРАЦІЇ СПОЖИВАЧІВ У СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ РИНКОВОЇ ПРОПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	17
Бабенко К.Є., Афанасьєва Л.А. АКТУАЛЬНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ «Е- GOVERNMENT» В УКРАЇНІ	18
Бабенко К.Є., Коваленко В.Г. ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ ФАХІВЦІВ В ІТ-ГАЛУЗІ	19
Васильєва М.О. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО НАПРЯМКУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ	20
Гусаров О. О., Барабанщи́кова М. С. ПРИЧИНИ НЕОБХІДНОСТІ ПОБУДОВИ МЕХАНІЗМУ АДАПТИВНОГО ПЛАНУВАННЯ ВИРОБНИЦТВА	21
Гусаров О. О., Котова С. М.	22

ПРО ПІДХОДИ ДО АДАПТАЦІЇ В СИСТЕМАХ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ	
Гусаров О. О., Приліпа Т. В.	
ЗВ'ЯЗОК ЗАДАЧ ПЛАНУВАННЯ І РЕГУЛЮВАННЯ ВИРОБНИЦТВА	23
Дуднева Ю.Е., Борисенко Є.О.	
ВНУТРІШНЯ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНІСТЬ КОМПАНІЙ В СУЧАСНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ	24
Дуднева Ю.Е., Куціянов В.В.	
СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В УКРАЇНІ	25
Дуднева Ю.Е., Сіладі В.В.	
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ	26
Єльнікова Г.В., Васильєва А.С.	
СУТНІСТЬ, ЗМІСТ, ПОНЯТТЯ МЕТОДОЛОГІЇ	27
Єльнікова Г.В., Масалов В.Е.	
ОСНОВНІ ЕТАПИ ТА ФОРМИ ПРОЦЕСУ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	28
Єльнікова Г.В., Токарева О.Є.	
СУЧАСНІ ВИМОГИ ДО ВИКОНАННЯ НАУКОВИХ РОБІТ	29
Карлова О.А., Пономарьова Т.В.	
ОРГАНІЗАЦІЯ І УПРАВЛІННЯ СФЕРИ ПОСЛУГ	30
Кір'ян О.І., Віхров Б.Є.	
ЕЛЕМЕНТИ РОБОЧОГО ЧАСУ ТОП-МЕНЕДЖЕРА В ПЕРШІ МІСЯЦІ НА ПОСАДІ	31
Кір'ян О.І., Михайленко Д.М.	
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВЛАСНОЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ПОВЕДІНКИ	32
Кір'ян О.І., Худаяров Е.Т.	
СПЕЦИФІКА СУЧАСНОГО АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ МАЛИМ БІЗНЕСОМ	33
Обиденнова Т.С., Гарт А.О.	
ВПЛИВ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРОЦЕС ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН	34
Обиденнова Т.С., Окладніков В. І.	
ВАЖЛИВІСТЬ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ В ПРОЕКТАХ	35
Обиденнова Т.С., Шведов А.Р.	
РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ФАКТОР СТІЙКИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	36
Федорова Ю.В., Долженко Д.Ю.	
ВПЛИВ ВИДІВ ДІЯЛЬНОСТІ ЗІ СПАДАЮЧОЮ ТА ЗРОСТАЮЧОЮ ВІДДАЧЕЮ НА ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ	37
Федорова Ю.В., Орехова О.О.	
ЗБІЛЬШЕННЯ ОБСЯГІВ ЕКСПОРТУ ЗАЛІЗОРУДНОЇ СИРОВИНИ ЯК ПРИКЛАД ВТРАТИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ	38
Федорова Ю.В., Чала Д.Д.	
ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ	39
Юхнов Б.Ю., Яшинов О.Л.	40

ЕКОНОМІЧНІ ПРИЧИНИ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСУВАННЯ СФЕРИ КУЛЬТУРИ	
Ярмош О.В., Захарова Є.М.	
СТРАТЕГІЧНІ РІШЕННЯ В УПРАВЛІННІ КОНКУРЕНТОСПРО- МОЖНІСТЮ	41
Ярмош О.В., Шевченко Г.В.	
ЗАСОБИ ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ АВТОМОБІЛЬНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ	42

СЕКЦІЯ ФІЛОСОФІЇ, УКРАЇНОЗНАВСТВА, ІСТОРІЇ ТА ПОЛІТОЛОГІЇ

Варич О. П.	
ТЕХНОЛОГІЇ ВПОРЯДКУВАННЯ В ПРОЦЕСІ ФОРМАЛІЗАЦІЇ ПРАВОВИХ НОРМ У СФЕРІ ОСВІТИ	43
Воловчук Н.Н.	
КОГНИТИВНАЯ ЭВОЛЮЦИЯ ЧЕЛОВЕКА, КАК ВАЖНЕЙШАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОГРЕССА ПОЗНАНИЯ И РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРЫ	44
Ротова Н.В.	
ІГРИ НА ЗАНЯТТЯХ З РОСІЙСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ	45
Тавшунський О.М.	
ЕВОЛЮЦІЯ СУСПІЛЬНОЇ ДУМКИ ЩОДО ГЕНДЕРНОЇ ПАРИТЕТНОСТІ	46

Безугла Ю. Є.

ПРОГНОЗУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМЕТРИЧНОЇ МОДЕЛІ

У теорії і практиці в процесі прогнозування фінансових показників досить часто використовують методику екстраполяції, за допомогою якої визначають при формуванні фінансової стратегії якість прибутку.

Для розрахунку прогнозування прибутку за допомогою використання економетричної моделі для визначення його якості при формуванні фінансової стратегії підприємства подаються значення величин чистого прибутку за 2016-2018 рр. поквартально, де передбачені розрахунки даних, які потрібні при визначенні параметрів рівняння тренду та оцінки його придатності для прогнозування чистого прибутку на наступний квартал. Для пояснення обраної форми тренда визначається величина середньо квартального абсолютного приросту показника. В якості показника, який оцінюється та який характеризує придатність тренда для прогнозу використовують показник варіації, для його отримання визначається середньоквадратичне відхилення. Тобто на підприємстві спостерігається позитивна тенденція щодо зростання прибутку у наступних періодах. Після побудови рівняння регресії роблять перевірку його значущості: за допомогою спеціальних критеріїв встановити, чи не є отримана залежність, яка виражена рівнянням регресії, випадковою, тобто чи можливо використовувати її з метою прогнозування. Таким чином, управління прибутком будь-якого господарюючого суб'єкту передбачає розрахунок його планового обсягу. Прогнозування та планування прибутку господарюючих суб'єктів, є вкрай потрібне для складання поточних і перспективних фінансових планів.

Отже, за допомогою лінійного рівняння тенденції було спрогнозовано розмір чистого прибутку підприємства. Відповідно до розміру чистого прибутку, який був спрогнозований за допомогою методу екстраполяції тренду, фінансові працівники можуть розробити заходи, які допоможуть підприємству досягти бажаного результату. Якість прибутку є результатом операційної діяльності, тому вона відображає частину особистої виробничої діяльності в загальному фінансовому результаті підприємства. На підставі використання методу регресійного аналізу встановленні основи якості прибутку.

Література:

1. Аносов В. Про резерви зростання рентабельності на сучасному етапі / *Фінанси. Облік. Аудит.* – 2011. – № 9. – С.21-23.
2. Карковська В. Я. Особливості оцінювання фінансово-економічної безпеки підприємств / Карковська В. Я. // *Науковий вісник НЛТУ України* – 2013. – Вип. 23. – С.252-259.
3. Писаренко Б.А. Аналіз впливу фондівддачі на показники прибутку і рентабельності / Б.А. Писаренко, Н.Б. Проценко, А.Б. Писаренко // *Вісник економічної науки України.* – 2012. – № 1 (21). – С. 127-130.
4. Суботович Ю. Л. Прибуток у господарській діяльності підприємницьких структур. / Ю. Л. Суботович // *Фінанси України.* – 2013. – №12. – С. 40-45.

Дем'яненко Т.І.

ЧИННИКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В сучасних умовах сумарний вплив інноваційного чинника на промисловість та кожне окреме промислове підприємство є системним та фундаментальним. Значна невизначеність, як економічній ситуації в Україні, так і власне самим інноваціям як економічній категорії, зумовлює ряд проблем при формуванні інноваційного розвитку на промислових підприємствах. Ці проблеми повинні бути обов'язково враховані під час ухвалення інноваційної політики з метою формування чи підвищення інноваційного розвитку промислового підприємства.

Проблемам визначення чинників інноваційного розвитку промислових підприємств присвячено праці багатьох науковців, серед яких: В. Божкова, Ю. Грачова, С. Ілляшенко, М. Крупка, Т. Кужда, О. Кузьмін, М. Стадник, Л. Шевчук та ін.

Вплив на інноваційний розвиток України здійснюють значною мірою економічні фактори, важливим фактором є невідповідність матеріально-технічної бази для впровадження новітніх технологій. [2]. В свою чергу, нестабільність економічної та політичної ситуації в Україні призводить до визначення її економіки як непривабливої для інвестицій. Чинниками, що сприяють інноваційному розвитку підприємств України є підтримка державою інноваційного розвитку, наявність кваліфікованих кадрів, наукових співробітників, необхідних для здійснення інноваційного розвитку, готовність споживачів та їх довіра до впровадження новітніх та тих, що вже використовуються закордоном, технологій для здійснення покупок.

Вплив рівня цін та нецінових характеристик інноваційної продукції на інноваційний розвиток промисловості знайшов своє відображення у споживчих факторах [1]. Умови дистрибуції інноваційної продукції та надання інноваційних послуг на ринку визначають збутові чинники інноваційного розвитку промисловості. Отже, інноваційний розвиток підприємства є одним з пріоритетних шляхів досягнення підприємства поставлених цілей в умовах конкурентного середовища, для успішного його здійснення необхідно прогнозувати та оцінювати вплив тієї чи іншої групи чинників на цей процес.

Серед методів управління інноваційним розвитком на макрорівні провідну роль займає економічне стимулювання: розвиток пріоритетних галузей, стимулювання розвитку науки і техніки тощо). Макрорівень управління визначає дії окремих економічних суб'єктів щодо пошуку можливостей розвитку ринкових можливостей. Відповідно до наведеної схеми системи управління інноваційним розвитком підприємства сфери послуг керівництво підприємства здійснює управління інноваційним розвитком за допомогою системи економічних та адміністративних інструментів.

Література:

1. Волков О.І. Інноваційний розвиток промисловості України / О.І. Волков, М.П. Денисенко, А. П. Гречан – К.: КНТ, 2006. – 648 с.
2. Шевчук Л.Т. Регіональна економіка: навч. посіб. / Л.Т. Шевчук. – К.: Знання, 2011. – 319 с.

Прохорова В. В.

УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ БЕЗПЕКОЮ

Проблема забезпечення корпоративної безпеки підприємств в умовах нестабільності і невизначеності кон'юнктури ринку та недосконалість правового та організаційно-економічного механізму реалізації господарських відносин, є важливою і актуальною. При таких умовах одним з важливих напрямків забезпечення стабільного та ефективного функціонування підприємств в ринковому середовищі є реалізація функцій управління корпоративною безпекою як на рівні окремого підприємства, так і на рівні між організаційної взаємодії.

Корпоративна безпека підприємства - це стан захищеності стабільного функціонування і корпоративних інтересів підприємства від потенційних і реальних загроз, досягається шляхом гармонізації та взаємозв'язку його інтересів відповідно до інтересів суб'єктів внутрішнього і зовнішнього середовища [1].

Основою ефективного управління корпоративною безпекою підприємств в умовах адаптаційних процесів є планомірне виявлення і використання внутрішніх резервів науково-технічної підготовки виробництва та впливу ризиків, своєчасне виявлення і запобігання небезпек і загроз, забезпечення захищеності діяльності підприємств і досягнення цілей бізнесу. Під загрозою безпеки підприємств слід розуміти потенційно або реально можливу подію, дію, процес або явище, яке здатне порушити його стійкість і розвиток або привести до зупинки його діяльності.

Підприємство має реагувати на зміни зовнішнього середовища, своєї структури, своєї поведінки, таким чином, щоб основні, життєво важливі параметри зберігалися в допустимих межах за допомогою управління корпоративною безпекою.

Загострення конкуренції вимагає від компаній-виробників удосконалення бізнес-процесів, підвищення якості вироблених товарів за нижчими цінами. Для цього необхідний компетентний керівник, який відповідає за підтримання виробничих процесів, якість продукції, що випускається; оперативно організовану роботу співробітників, впровадження нових управлінських технологій, забезпечення належного рівня корпоративної безпеки. Перемога над конкурентами все більше і більше залежить від здатності створювати особливі, а в ідеалі - абсолютно унікальні ресурси. До таких нематеріальних активів і організаційним можливостям ставляться сильний бренд, запатентовані технології, ефективні бізнес-процеси, корпоративна культура, відносини з клієнтами і постачальниками, а також людський капітал. Нині стратегія поведінки підприємств в умовах самоорганізації рівноважного стану і переходу до нового фази розвитку значно зближуються. Управлінська діяльність стає неможливою без організаційних і технологічних інновацій, а перехід до нової форми рівноваги вимагає пристосування до зовнішнього середовища, що змінюється, шляхом розробки адаптаційних механізмів.

Література:

1. Бусыгина И.С. Корпоративная безопасность как акмеологическое основание продуктивной жизнедеятельности организации / И.С. Бусыгина // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.famous-scientists.ru/list/4826>
2. Скомаровский Д. Управление рисками внутренней безопасности в крупных компаниях / Дмитрий Скомаровский. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.compress.ru/article.aspx?id=17494&iid=810>

Чобіток В. І.

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Ринкові відносини посилюють конкурентну боротьбу на ринку створюючи високі вимоги до діяльності багатьох підприємств. Організація та економічні перетворення забезпечення конкурентоспроможності охоплюють широкий спектр складових цього поняття і тому з кожним днем обумовлюють необхідність їх глибокого дослідження, розуміння та використання. Формування конкурентоспроможності будь-якого підприємства зумовлене сучасними економічними змінами в управлінні підприємств та їх стійкого стану на ринку. Питання конкурентоспроможності було і є предметом вивчення економічних наук та напрямів діяльності при роботі підприємств, воно є актуальним в будь-який час, адже є тим, шляхом, що дає поштовх до удосконалення діяльності багатьох сфер.

Проблема підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства є актуальним питанням. На даному етапі розвитку економіки висувуються нові вимоги до управління конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств. Умови формування ринкових відносин в Україні, які характеризуються динамічністю зовнішнього середовища, зниженням платоспроможності населення, загостренням конкурентної боротьби, підвищенням рівня комерційного ризику, тяжким фінансовим станом більшості підприємств потребують пошуку нових способів виживання підприємств та забезпечення їхнього ефективного функціонування. У зв'язку з цим виникає необхідність у вдосконаленні управління конкурентоспроможністю підприємства шляхом використання сучасних принципів менеджменту, маркетингу, забезпечення стратегічного підходу до їхньої діяльності [1,2].

Сформована та впроваджена стратегія у ринковій системі господарювання є одним з кроків до виживання та стабільного розвитку підприємства. Умови забезпечення конкурентоспроможності підприємства представлені на рис 1.

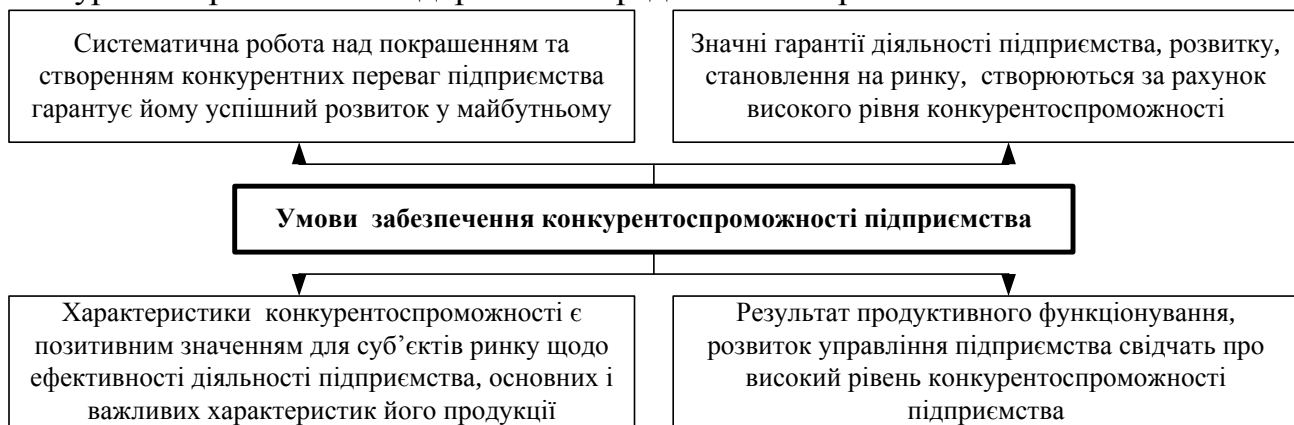


Рис. 1. Умови забезпечення конкурентоспроможності підприємства

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки і характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища.

Література:

1. Чобіток В.І., Грабар М.В. Методи оцінки конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств // Економічний форум №5 – 2018. – С. 175–181.
2. Чумак Л.Ф. Сучасні тенденції розвитку підприємств // Вісник Лніпропетровського університету. Серія «Економіка». – Дніпропетровськ, 2012. – Т. 20, Вип. 6/4. – № 10/1. – С. 176–181.

ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ШКОЛИ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДУМКИ

Практика управління має таку ж давню історію, як і самі організації, але управління стало визнаною і широко поширеною науковою дисципліною тільки починаючи з 1910 р. У першій половині ХХ ст. розвивалися чотири різні школи управлінської думки - це школи наукового управління, адміністративного управління, людських відносин та науки про поведінку, а також науки управління, або кількісних методів (рис. 1).



Рис. 1. Історичні етапи формування школи управлінської думки

Науковці кожного з цих напрямів вважали, що вони знайшли підходи до найефективнішого досягнення цілей підприємства, але подальші дослідження, свідчили, що багато відповідей до формування ефективного управління були лише частково вірними в обмежених ситуаціях. Проте, кожна зі шкіл зробила значний внесок у розвиток системи управління підприємствами. Процес формування ефективних управлінських рішень – це головний процес управлінської діяльності, оскільки формує напрямки діяльності підприємства та його працівників. Робота з прийняття управлінських рішень вимагає від менеджерів високого рівня компетентності, значних затрат часу, енергії, досвіду. Отже, водночас наука і практика управління виробили певні підходи, які допомагають керівникам підвищити ефективність управлінської діяльності і домагатися досягнення цілей, поставлених перед колективами, якими вони керують. Ефективним методом управління в конкретній ситуації буде той, який найбільше відповідає конкретній ситуації та акумулює мистецтво і науку управління.

Література

1. Чобіток В.І. Контролінгові механізми управління потенціалом конкурентоспроможності підприємств // Науковий журнал «Бізнес – інформ». – 2011. - №12 – С. 162-164.

2. Чумак Л.Ф., Грушовець Ю.Б., Курило О.В. Сучасні шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств // Миколаївський національний аграрний університет, 2018, № 12– С. 208-212.

Чумак Л. Ф.

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток будь якої системи є неможливим без певних вкладень абсолютно різноманітного характеру, які покликані змінити її або підтримати на необхідному рівні розвитку. Загалом процес таких вкладень називається інвестуванням і забезпечує необхідний рівень відтворення. Процес інвестування передбачає прикладання ресурсів певної якості в певних обсягах, що покликані забезпечити в майбутньому приріст капіталу, розвиток необхідного сегменту економічної чи соціальної системи. Під інвестиційною привабливістю підприємства будемо розуміти сукупність характеристик виробничої, комерційної, фінансової, управлінської діяльності та специфіки інвестиційного клімату, що доводять доцільність здійснення інвестицій в це підприємство[1]. До основних цілей оцінки інвестиційної привабливості відносять: визначення поточного стану підприємства та оцінка перспектив його розвитку; розробка ефективних заходів підвищення інвестиційної привабливості; залучення інвестицій у потрібних обсягах, що відповідають інвестиційної привабливості та досягнення синергетичного позитивного ефекту від освоєння залучених інвестицій. Досягнення та підвищення інвестиційної привабливості, на сучасному етапі, можна вважати основним фактором ефективної діяльності підприємства, що дозволяє йти шляхом інноваційного розвитку та досягти та утримувати конкурентоспроможність.

Щодо управлінського аспекту, то інвестиційну привабливість підприємства доцільно розглядати як систему, складовими якої є фінансові, економічні та інші відносини, що виникають у процесі досягнення стійкого розвитку підприємства і задоволення вимог, які висувають потенційні інвестори. Існує багато показників за допомогою яких оцінюється стан цієї системи за різними сферами діяльності підприємства, важливих для його майбутнього і дуже інформативних для інвесторів. Характеристика об'єкту управління та визначення поняття «управління інвестиційною привабливістю підприємства» дозволяє надати наступне його визначення – процес цілеспрямованого впливу керівництва підприємства на систему фінансових, економічних та інших відносин, що виникають у процесі забезпечення ефективного розвитку підприємства і задоволення вимог потенційних інвесторів [2].

Ефективність процесу управління залежить від реалізації послідовного та точного виконання наведених функцій за етапами проходження управлінського циклу. Це надає можливість забезпечити безперервність і ефективність процесу управління. У якості критерію ефективності пропонується розглядати здатність системи управління досягати своєчасно встановлених цілей у напрямку забезпечення інвестиційної привабливості підприємства.

Література:

1. Євтушенко С.О. Організаційно-економічні фактори підвищення інвестиційної привабливості промислових підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук за спеціальністю 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент і маркетинг» / С.О. Євтушенко. – Харків, 2001. – 20 с.

2. Вахович І.М., Олександренко І.В., Забедюк М.С. Методика оцінювання інвестиційної привабливості підприємства//Actual problems of economics №11(161), 2014. – С. 154-160.

АКТУАЛЬНІ ШЛЯХИ РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні зростання економіки країни залежить від відродження та отримання конкурентоспроможних позицій промисловості взагалі та машинобудівних підприємств окремо. Промислове виробництво України є базою для створення науково-технічного, економічного і соціального прогресу. Від рівня ефективності діяльності машинобудівних підприємств залежить стан соціально-економічного розвитку України. Саме машинобудівна продукція створює значну кількість робочих місць в суміжних галузях. Значна питома вага машинобудування в структурі промислового виробництва та в загальному експорті країни свідчить про високий рівень інноваційно-технологічного розвитку і наявність в країні 5-го чи 6-го технологічного укладу. На початку 90-х років минулого століття Україна відносилася до групи країн з високим рівнем техніко-технологічного розвитку.

Кризові явища в економіці та відсутність дієвого державного інструментарію підтримки наукоємних виробництв призвели до згортання потужностей в ряді сегментів промислового виробництва, які відзначалися високим рівнем використання інноваційних технологій [1]. Особливо масштабним був спад виробництва у машинобудуванні – маркері інноваційної спрямованості господарського комплексу в цілому.

Сьогодні можна констатувати, що будь-яке зростання промисловості ґрунтується на переробці величезної кількості корисних копалин, проте існуючі способи і прийоми їх переробки, не дозволяють повністю витягати цінну складову, перетворюючи її на відходи виробництва і шкідливі викиди. Тому необхідно усвідомлювати актуальність і значущість проблеми забруднення довкілля викидами машинобудування. На даний час, як ніколи, загострена проблема збереження та підвищення якості навколишнього природного середовища. На сьогодні, пріоритетним напрямком розвитку вітчизняних (хоча і не тільки) машинобудівних підприємств вважається інноваційно-інвестиційний шлях розвитку з урахуванням екологічної складової. Для підвищення конкурентоспроможності продукції галузі необхідно: технологічне відновлення машинобудівних фондів, що дозволить знизити матеріальні витрати на виробництво продукції та підвищити її якість до рівня світових виробників; впровадження інноваційних, еколого-інноваційних процесів на підприємствах, які сприятимуть виготовленню більш широкого асортименту продукції, що задовольнятиме різні сегменти внутрішнього та зовнішнього ринків збуту; відновлення інвестиційної привабливості галузі, яка сприятиме надходженню фінансових ресурсів та забезпеченню підприємств «прийнятними» для галузі кредитами; просування українських товарів на світові ринки збуту, а також скорочення асортименту продукції, що імпортується; розвиток наукоємних та високотехнологічних виробництв; державна підтримка розвитку галузі машинобудування та розвиток брендової політики; вдосконалення законодавчої та нормативної бази.

Література:

1. Голян В. Новий імпульс розвитку українського машинобудування – виклик часу. - Режим доступу: https://lb.ua/blog/vasiliy_golyan/384908_noviy_impuls_rozvitku_ukrainskogo.html

Антипцева О. Ю., Анзіна А. О.

МАРКЕТИНГОВІ ПЛАТФОРМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ІНТЕГРАЦІЄЮ СПОЖИВАЧІВ В ПРОЦЕС СТВОРЕННЯ НОВОЇ ЦІННОСТІ

В умовах сьогодення здатність суб'єктів господарювання до отримання стійких конкурентних переваг визначається значною мірою їх спроможністю відповідати потребам цільових споживачів, що постійно еволюціонують. При цьому клієнти розглядаються вже не лише як пасивні одержувачі корисності, гарантованої з боку пропозиції, а й як суб'єкти ринкових відносин, ресурс яких може бути використано в процесі її безпосереднього створення. Нині цінність клієнта для виробника обумовлена не лише його прямими функціями у вигляді забезпечення прибутку, обсягу продажів або їх гарантії, а й непрямыми функціями – отримання на виході конкурентоспроможних товарів та послуг чи відкриття нового ринку, тому залучення споживачів до сумісної діяльності виступає ключовим елементом сучасної маркетингової практики. З появою Інтернету потужним додатковим інструментом маркетингу, націленим на формування стійких конкурентних переваг на основі системного управління інтеграцією споживачів в процес створення нової цінності, стали спеціалізовані платформи виробників, що дозволяють через комп'ютерне програмне забезпечення в он-лайн режимі залучати велику кількість клієнтів, які можуть спілкуватися не тільки з представниками організації, а й з її партнерами та між собою. Платформи стають єдиною інформаційною і технологічною базою для партнерства і створення нової ринкової пропозиції, заснованою на технологіях її держателя, яка постійно поповнюється новими ідеями та знаннями. На них розміщуються різноманітні ресурси компанії у вигляді документації по ключовим технологіям і продуктам, баз даних, партнерських програм, сервісних рішень, які є відкритими для всіх зацікавлених сторін, а також форуми, чати, власні кабінети партнерів і покупців.

Маркетингові платформи дозволяють виробникам використовувати широке коло інструментів залучення споживачів в процес розвитку товарів та послуг на різних стадіях інноваційного циклу:

- на етапі розробки ідеї товару можливо залучення споживачів в процес генерування ідей, зокрема через краудсорсінг, організування на платформі голосування з метою відбору найбільш продуктивних ідей, застосування інструментів тестування продуктових концепцій;
- для етапу розробки продукту доцільним буде використання краудсорсінгу, спеціалізованих інструментів для проектування інновацій на платформі та створення різноманітних конфігурацій товару з необхідними властивостями, краудстормінгу;
- бізнес-аналіз та виготовлення прототипу вимагатимуть залучення ключових споживачів та споживачів – експертів для оцінки ринкового потенціалу новинок, установки програмного забезпечення і устаткування у споживача для моделювання і самостійного створення прототипу;
- комерціалізація буде більш успішною за умови передачі продукту у користування провідним споживачам, застосування краудфандінгу, залучення лідерів думок в просування новинки, використання краудкреєшену.

При цьому задоволеність клієнта забезпечується ступенем реалізації його потреб як під час участі в процесі сумісного створення нової цінності, так і від її використання, що вимагає суттєвого розширення на практиці кола маркетингових інструментів впливу на споживчу поведінку в напрямку стимулювання со-інновацій, їх обов'язкового декларування в рамках партнерських програм виробника та формування ефективних комунікацій для ознайомлення з ними споживачів.

Антипцева О. Ю., Квасницька Л. В.

ЗАЛУЧЕННЯ СПОЖИВАЧІВ В СПІЛЬНЕ СТВОРЕННЯ ЦІННОСТІ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЗАДОВОЛЕНOSTІ КЛІЄНТІВ

За сучасних умов рівень задоволеності поінформованого та креативного споживача залежить не лише від використання ним персоналізованих продуктів, а й реалізації його потреб, в тому числі і вищого рівня, які актуалізуються в процесі сумісної діяльності з виробником при визначенні параметрів клієнто-орієнтованих продуктів, їх виготовленні та комерціалізації, що обумовлює трансформацію покупців в активних учасників процесу співтворчості з приводу отримання цінності. Формування ефективної моделі маркетингової діяльності з розвитку взаємовідносин з клієнтами, як із партнерами у сфері спільного створення цінності, вимагає виокремлення складу матеріальних та нематеріальних потреб, через задоволення яких виробник може ініціювати та підтримувати на належному рівні активність замовників й свідомо управляти процесом співтворчості.

Резервом реалізації матеріальних потреб споживача можуть стати гарантовані економічні вигоди від використання ресурсів спільно з виробником, особливі умови доступу до сумісно отриманих результатів та їх використання, зниження або спільне визначення ціни, зменшення сукупної вартості володіння новим продуктом, позитивна динаміка показника економічного прибутку покупця, або, в окремих випадках, персональна грошова винагорода. Нематеріальні потреби клієнта забезпечуються завдяки врахуванню його індивідуальних вимог та персоніфікації пропозиції, включенню його в коло привілейованих партнерів виробника, психологічному задоволенню від взаємодії з професіоналами та співавторства з іншими зацікавленими споживачами, отриманню унікального досвіду в ході створення цінності для інших, розширенню соціальних зв'язків, моральному задоволенню від надання допомоги оточуючим, підтримки та порад з боку інших осіб, реалізації творчих здібностей і доступу до нових знань, саморозвитку, накопиченню репутації результативного партнера у сфері інновацій, нарощуванню капіталізації резюме та демонстрації свого виняткового потенціалу еventуальним роботодавцям. Підвищення рівня задоволеності потреб як від участі в процесі сумісного створення нової цінності, так і від її використання стає для споживачів індикатором ефективності нової пропозиції з боку виробника та дозволяє підприємству знижувати витрати на маркетинг за рахунок добровільного об'єднання клієнтів для вирішення традиційних маркетингових завдань без винагороди або з незначною винагородою, а саме: проведення маркетингових досліджень, кастомізації, розробки споживчих раціоналізаторських пропозицій, спрямованих на поліпшення якості товарів та послуг, удосконалення систем обслуговування, створення та розповсюдження реклами, залучення нових покупців.

Додатковим ефектом підвищення маркетингової активності клієнтів стає зниженням рівня інноваційних ризиків та пов'язаних з ними втрат в наслідок створення виробником пропозиції значніше привабливішою для споживача і більш затребуваною на ринку.

Поряд з цим, зростання задоволеності клієнтів, які лояльні фірмі, мотивують їх рекомендувати виробника та пропоновані ним продукти своєму найближчому оточенню, сприяючи фінансовому розвитку комерційної організації.

Антипцева О. Ю., Параскєвова Е. В.

СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ ІНТЕГРАЦІЇ СПОЖИВАЧІВ У СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ РИНКОВОЇ ПРОПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Бурний розвиток інформаційних технологій, поширення моделі «відкритих інновацій», можливості швидкого копіювання адаптованих до вимог замовників продуктів та послуг, зміна ролі споживача у взаємодії з виробником орієнтують сучасні підприємства на використання інструментів і практик маркетингу залучення, що дозволяють збагачувати та удосконалювати ринкову пропозицію за рахунок зовнішніх ідей своїх споживачів. Дослідження феномену залучення споживачів до створення конкурентоспроможної ринкової пропозиції продиктована потребою бізнесу шукати нові шляхи виробництва і надання споживачеві персоналізованої цінності при забезпеченні економічної ефективності суб'єкту господарювання та необхідністю вирішення проблеми закладання нових ринкових територій і їх утримання, що стає сьогодні однією з найбільш актуальних задач для вітчизняних підприємств, успішне вирішення якої можливе лише на стратегічній основі.

Процес розробки та реалізації стратегії інтеграції споживачів у створення конкурентоспроможної ринкової пропозиції підприємства повинен забезпечувати комплексне вирішення наступних завдань:

1. Аналіз проблем та з'ясування базових задач підприємства у сфері створення нової ринкової пропозиції й виокремлення з їх кола тих, які має сенс вирішувати сумісно із споживачем.
2. Формулювання цілей щодо залучення споживачів в процес створення нової пропозиції, визначення напрямів їх реалізації.
3. Вибір та вивчення цільової аудиторії в аспекті можливої співпраці (розміри, склад, ступінь охоплення, базовий профіль та особливості аудиторії, прогнозований рівень активності та обізнаності потенційних учасників, їх відношення до компанії та готовність до співробітництва і т. ін.).
4. Обґрунтування форм, способів і ступеня включення покупців у процес співтворчості щодо створення нової пропозиції.
5. Формування організаційного механізму взаємодії із споживачами з орієнтацією на обрані форми та способи їх інтеграції у діяльність по створенню нової пропозиції та технічного забезпечення щодо її реалізації.
6. Створення багатоканальної системи просування заходів щодо залучення споживачів та формування інфраструктури для безпосередньої взаємодії з ними.
7. Впровадження системи інтеграції споживачів, здійснення моніторингу та регулювання процесу взаємодії. Проведення відбору, систематизації, оцінки генерованих споживачем пропозицій та прийняття рішень щодо доцільності їх практичного використання.
8. Практична реалізація заходів по створенню нової ринкової пропозиції.
9. Аналіз отриманих результатів щодо спільного із споживачем створення конкурентоспроможної пропозиції та формування заходів стосовно розвитку даного процесу.

Стратегічна орієнтація виробника на формуванні власних компетенції по інтеграції споживачів в процес створення персоналізованої цінності сприятиме закріпленню стійких конкурентних переваг, оскільки боротьба за лідерство на ринку починає концентруватися сьогодні на відмінностях в досвіді бізнес-структур у сфері створення та реалізації клієнтоорієнтованих продуктів при оптимізації пов'язаних з цим витрат.

Бабенко К.Є., Афанасьєва Л.А.

АКТУАЛЬНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ «E-GOVERNMENT» В УКРАЇНІ

Сучасні зміни в механізмах державного управління підвищують актуальність впровадження в Україні так званого «електронного уряду», який має на увазі застосування інформаційно-комунікаційних технологій як механізму для забезпечення найкращого управління. Головна його мета - за рахунок технологій модифікувати структури, операції та культуру менеджменту. Увага загострюється не на технічних або технологічних аспектах проблеми, а на тому, яким чином нові інформаційно-комунікаційні технології змінюють громадське управління, його концептуальну структуру і взаємозв'язки з суспільством. Поняття «e-government» або «електронний уряд» можна визначити як спосіб надання державних послуг та інформації громадянам, бізнесу, а також іншим гілкам державної влади, при якому інформаційні технології використовуються на максимально можливому рівні.

У макеті «електронного уряду» виділяються чотири області взаємовідносин:

- між державними службами та громадянами (G2C – government-to-citizen);
- між державою і приватними компаніями (G2B – government-to-business);
- між державними організаціями та їх співробітниками (G2E – government-to-employee);
- між різними державними органами і рівнями державного управління (G2G – government-to-government).

Мета створення «електронного уряду» полягає не в тому, що «електронний уряд» є доповненням або аналогом традиційного уряду, а в тому, що він визначає новий спосіб взаємодії органів влади та населення на основі активного використання інформаційно-комунікаційних технологій з метою підвищення ефективності надання державних і муніципальних послуг.

Серед головних причин, що обумовлюють актуальність створення «електронного уряду» в Україні, виділимо наступні:

1. Зв'язок «електронного уряду» з вирішенням конкретних завдань, які існують на сьогоднішній день в практиці публічного менеджменту (зростання ефективності державного адміністрування на всіх етапах, запобігання корупції, необхідність в підвищенні рівня прозорості державних послуг).

2. «Електронний уряд» дає можливість розкрити нові канали політичного зв'язку між державою і суспільством, сприяє зростанню рівня довіри суспільства до влади.

Важливо розуміти, що «електронний уряд» не може бути короточасним проектом, бо він містить в собі ідею постійного вдосконалення державного управління на основі нових інформаційно-комунікаційних технологій. «Електронний уряд» робить систему державного управління набагато прозоріше і підзвітною, відкриває для громадян доступ до процесу прийняття управлінських рішень на міському, регіональному та державному рівнях. Удосконалення нових технологій призводить до зростання рівня залучення громадян до політичного життя в Україні і в процесі прийняття політичних рішень, як наслідок, до еволюції ідеалів громадянського суспільства.

Бабенко К.Є., Коваленко В.Г.

ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ ФАХІВЦІВ В ІТ-ГАЛУЗІ

В процесі розробки системи мотивації ІТ-фахівців необхідно враховувати їх особистісні якості та професійні компетенції.

До найбільш виражених якостей фахівців сфери інтернет-технологій HR-менеджери відносять [1]: волелюбність (37%), готовність навчатися (46%), систематичність (36%), критичність (35%), гнучкість мислення (33%), здатність до абстрагування (25%), незалежність (16%) і креативність (14%). Найменш розвинені такі якості як пасивність, працьовитість, меркантильність, лінощі, дисциплінованість, впевненість в собі (2-5%).

Основні професійні компетенції ІТ-фахівців [1]:

- використання загального і спеціального програмного забезпечення;
- виконання робіт по рішенню мережевих і комунікаційних завдань;
- технічне забезпечення інформаційних процесів;
- організаційне забезпечення проектних і науково-дослідних робіт у сфері ІТ-технологій;
- забезпечення ІТ безпеки інформаційних систем;
- розробка прикладного програмного забезпечення;
- ведення аналітичної діяльності в сфері застосування ІТ-технологій.

Система мотивації праці персоналу в ІТ-компанії повинна враховувати наступні складові [3]:

- матеріальне стимулювання, яке має відповідати середньогалузевим показникам. Керівництву ІТ-компанії необхідний регулярний аналіз ситуації на ринку праці з метою своєчасного запобігання втраті фахівця.

- оцінка. Кожен працівник періодично повинен проходити формальну процедуру оцінки.

- заохочення за проявлену ініціативу, ефективне виконання завдання. Традиційно основна заробітна плата є мінімальної оплатою за задовільне виконання обов'язків. Підвищені зусилля і результати доцільно додатково стимулювати за допомогою преміальних (в західній практиці - бонусів). Бонуси повинні бути прив'язані до завершення великої за обсягом роботи, проекту чи результатам періодичної оцінки;

- заохочення за скорочення поточних витрат при виконанні роботи (наприклад бонусні програми за скорочення витрат, так як відсутність цього механізму підвищує ризик зловживань (наприклад, при закупівлі обладнання, реалізації проектів);

- кар'єрне зростання (горизонтальне та вертикальне). Розповсюдженою практикою на сьогоднішній день є постійне кар'єрне зростання для ІТ-фахівців, які успішно виконують свої обов'язки і, набираючи досвід і підвищуючи професіоналізм, стають поступово здатними до виконання більш складних завдань або управлінських функцій.

Література:

1. Петрушко А.В. Практические аспекты мотивации труда IT-специалистов в современных организациях. *Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління: збірник наукових праць ДонДУУ*. Випуск 281. 2014. № 4. С. 163-168.

Васильєва М.О.

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО НАПРЯМКУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Формування і реалізація стратегічного плану розвитку підприємства на сьогодні є єдиним засобом формального прогнозування його майбутніх проблем і можливостей, оскільки завдяки цьому підприємство матиме змогу домогтися більшої визначеності та швидше реагувати на передбачені труднощі.

Основою формування стратегічного напрямку діяльності промислового підприємства є формулювання комплексу економічних цілей його розвитку.

Відправним моментом для цього служить аналіз ділової активності, економічного стану підприємства і його іміджу на ринку. Всі цілі виробничо-господарської діяльності підприємства повинні бути об'єднані в систему і проранжовано. При цьому об'єднання економічних цілей на будь-якому рівні, званому класом еквівалентності, може бути прийнято в якості стратегічного напрямку діяльності підприємства. При цьому на одному рівні може бути виділено кілька класів еквівалентності, кожен з яких включає елементи, споріднені за будь-якою ознакою. Цілі, виділені в класи еквівалентності, визначають конкретні стратегічні напрямки.

Найбільш пріоритетними стратегічними напрямами діяльності підприємств є: підвищення фінансової стійкості підприємства; підвищення його конкурентоспроможності; ступень відповідності продукції споживчим запитам і ін.

Якість структуризації елементів системи економічних цілей може бути оцінено за показником «структурна складність». Якщо цей показник задовольняє умові порівняння з нормативним значенням, то цілі надані досить повно і об'єктивно, є взаємно підтримують, якщо немає, то комплекс цілей повинен бути переструктурований. Цілі розвитку, які не увійшли в класи еквівалентності, а, отже, і не включені в стратегічні напрямки діяльності треба віднести до функціональних і також забезпечити їх досягнення.

Стратегічний напрямок діяльності підприємства і його організаційна структура надає один на одного взаємний вплив, необхідно знайти їх правильне поєднання, щоб обрання стратегічного напрямку було успішно реалізовано, а також для того, щоб організаційна структура підприємства стимулювала розвиток майбутніх ефективних стратегій. На етапі вибору стратегічного напрямку діяльності можуть бути сформульовані і вимоги до організаційної структури. Вибір типу організаційної структури може здійснюватися з прийнятих у світовій практиці семи основних типів організаційних структур на основі кількісних властивостей - характеристик цих структур.

Крім вибору типу організаційної структури необхідно також визначити її раціональну конфігурацію, так як структура кожного типу може бути представлена різними конфігураціями. При цьому якщо тип організаційної структури визначається запропонованим набором якісних показників, то конфігурація може бути обрана на основі кількісних показників, таких як ступінь цілісності структури, ригідність структури, структурний зміст. Всі розроблені положення узагальнені в методику вибору і реалізації стратегічного напрямку виробничо-господарської діяльності підприємства.

**ПРИЧИНИ НЕОБХІДНОСТІ ПОБУДОВИ МЕХАНІЗМУ
АДАПТИВНОГО ПЛАНУВАННЯ ВИРОБНИЦТВА**

Першою причиною можна вважати нестационарність виробництва як системи, що розвивається. Це накладає обмеження на побудову математичної моделі об'єкта. Основними проблемами побудови економетричної моделі окремого процесу є: вибір типу детермінованої основи процесу й оцінювання структурних коефіцієнтів. Тому що тип детермінованої основи процесу не відомий апріорно і не може бути стабільним, потрібне застосування підходу, що приводить до моделей з перемінною структурою і параметрами, тобто до адаптивних економетричних моделей процесів. В економетричній моделі, що описує об'єкт, повинні змінюватися структура і параметри відповідно до зміни характеристик об'єкта при функціонуванні. Такі економетричні моделі будемо називати адаптивними.

Визначення оцінок оператора (моделі об'єкта), що змінюється в процесі нормального функціонування об'єкта за даними поточної інформації про його вхідні і вихідні перемінні, назовемо адаптивною ідентифікацією. Побудова адаптивних моделей пов'язана з використанням ітеративних методів.

Друга причина визначається вимогами до точності формування плану і регулюючих впливів в умовах невизначеності. Різноманіття умов, що виникають при розробці плану і регулюванні виробництва, приводить до необхідності створювати в рамках однієї економічної постановки задачі не одну, а безліч моделей планування і регулювання і «підганяти» параметри об'єкта і зазначених моделей до конкретних умов, визначених при плануванні або регулюванні виробництва. Це приводить, з одного боку, до розширення класу розв'язуваних задач, а з іншого боку — до зменшення можливостей застосовуваних формальних методів. Для усунення цих протиріч необхідно, з огляду на здатність людини до аналізу, створити такі методи управління, що базувалися б на кількісному і якісному аналізах.

Третьою причиною є нестационарність середовища, що обмежує побудову математичної моделі об'єкта. Оскільки підприємство функціонує в нестационарному середовищі, то структура і параметри моделі формального об'єкта з часом повинні мінятися відповідно до зміни характеристик підприємства і середовища. Тому що структура формального об'єкта визначається сукупністю взаємозалежних моделей, маємо що зміна структури є наслідком використання іншої моделі (модифікації) однієї і тієї ж економічної задачі, що у свою чергу обумовлено необхідністю обліку змін зовнішнього середовища.

Основними параметрами формального об'єкта є параметри моделей задач планування (регулювання) і виробничого об'єкта (об'єкта управління). Таким чином, модель формального об'єкта повинна бути адаптивною.

Четвертою причиною є порушення динамічної рівноваги системи і середовища в силу наявності диспропорцій у розвитку підприємства.

Її можна сформулювати так: наприклад, при функціонуванні системи управління бажано звести до мінімуму число ситуацій, у яких система не в змозі видати персоналові підприємства ніякого рішення.

Така виняткова ситуація може виникнути через відсутність припустимих рішень в оптимізаційних задачах, розв'язуваних системою.

Гусаров О. О., Котова С. М.

ПРО ПІДХОДИ ДО АДАПТАЦІЇ В СИСТЕМАХ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ

Механізм роботи адаптивної системи залежить від підходу до адаптації, що може бути прямим або ідентифікаційним. При прямому підході адаптер, що являє собою функціональний блок алгоритмів, оцінює параметри, що безпосередньо входять у модель системи управління. Використовуючи значення цих параметрів у припущенні істинності, керуючий пристрій вибирає регулюючий вплив. При ідентифікаційному підході адаптер оцінює параметри системи (еволюційного рівняння). Закон управління вибирається з обліку отриманих параметрів системи.

Складність об'єкта управління організаційного типу не дозволяє використовувати при побудові алгоритмів адаптації підходи (прямий або ідентифікаційний), розроблені для технічних систем. У технічних системах незважаючи на те, що управління і динамічні характеристики, як правило, мають різні фізичні розмірності, взаємозв'язок управління і динамічних характеристик можна отримати формальним образом за допомогою експериментів або відомих фізичних законів. Управління допускає формалізацію в однаковій мірі з формалізацією об'єкта і його динамічних характеристик.

На відміну від технічних систем опис динамічних властивостей підприємства у взаємозв'язку з управлінням практично неможливий тому що важко вказати об'єктивну функціональну залежність між станом і управлінням. Це викликано багатьма причинами, унаслідок чого не можна визначити всі параметри, що входять у модель системи управління, по параметрах об'єкта управління, тобто неможливо використовувати ідентифікаційний підхід до побудови алгоритмів адаптації.

Розглянемо трохи докладніше ті елементи об'єкта управління, зміни в яких приводять до необхідності змінювати параметри (структуру) системи управління.

Це безпосередньо саме виробництво зі своєю організацією (кількість і типи устаткування, кількість працівників, розміщення устаткування, міжцехові і внутрішньоцехові зв'язки та ін.), зовнішнє середовище (втрати робочого часу людей і устаткування, непостачання матеріалів, порушення графіка міжцехових передач та ін.) і виготовлена продукція (номенклатура, обсяги, уніфікація та ін.). Характеристики (параметри) виробництва і виготовленої продукції визначаються прямими розрахунками виходячи зі стандартів підприємства, планових завдань, конструкторсько-технологічної документації й ін. Практично відразу після затвердження структури виробництва і номенклатури продукції можна визначити параметри цих елементів об'єкта. Параметри зовнішнього середовища визначаються методами математичної статистики з облікових даних функціонування.

З урахуванням викладеного вище видно, що використання прямого підходу при побудові алгоритмів адаптації систем управління виробництвом неможливе. Це пов'язано з тим, що динаміка зміни параметрів об'єкта набагато вище ніж час адаптації алгоритмів такого типу. Ідентифікаційний підхід дозволяє визначати параметри об'єкта за прийнятний час, але в зв'язку з відсутністю співвідношень, що зв'язують параметри об'єкта з параметрами системи управління, він також незастосовний при побудові алгоритмів адаптації систем управління виробничими об'єктами.

Гусаров О. О., Приліпа Т. В.

ЗВ'ЯЗОК ЗАДАЧ ПЛАНУВАННЯ І РЕГУЛЮВАННЯ ВИРОБНИЦТВА

Сучасні системи управління відрізняються великою кількістю елементів і зв'язків між ними, високим ступенем динамічності, наявністю нефункціональних (алгоритмічних і навіть суб'єктивних) зв'язків між елементами, впливом різних за своїм характером перешкод. Процеси, що протікають у цих системах, нетривіальні і погано формалізовані. Тому на відміну від простих систем управління відповідно до гіпотези роздільності Н.Н.Моїсєєва задача синтезу оптимального управління вирішується в два етапи: будується програмна (планова) траєкторія і визначається керуючий вплив, що реалізує цю програму. З погляду систем організаційного типу ці два етапи звуться «планування» і «регулювання».

Планування трактується як визначення оптимальної програмної траєкторії керованої системи на конкретний період часу, а регулювання як формування керуючих впливів, що спрямовані на усунення дестабілізуючих впливів випадкових збурювань, що відхиляють керовану систему від оптимальної програмної траєкторії.

Однак механічне використання гіпотези роздільності при розробці методів управління виробництвом не підкреслює наступної особливості систем управління виробництвом. При плануванні в конкретний момент часу визначаються траєкторія системи і планові завдання по використанню ресурсів на інтервалі часу, що є загальними як для програмного, так і для коригувального управління. А при регулюванні усередині інтервалу по поточних збурюваннях і станів системи визначаються регулюючі впливи, що полягають у коректуванні використання ресурсів на інтервалі на етапі регулювання, розрахована раніше планова траєкторія на інтервалі замінюється траєкторією отриманою в результаті рішення задачі регулювання. І відкоректована таким образом траєкторія приймається в якості планової на інтервалі. Звідси випливає, що ефективність виробництва на етапі планування залежить у загальному випадку від двох складових: прийнятого в даний момент плану і від майбутніх керуючих впливів, спрямованих на усунення можливих відхилень від плану. Аналогічно ефективність регулюючих впливів також залежить від двох складових: прийнятого в даний момент регулюючого впливу і від майбутніх коригувальних впливів, спрямованих на усунення можливих відхилень від заданої траєкторії.

Для формалізації механізмів планування і регулювання виробництва, що адекватно описують реальні механізми управління виробництвом, засновані на досвіді і далекоглядності особи, що приймає рішення, враховується єдність процесів планування і регулювання. У зв'язку з цим системи управління виробничими об'єктами містять дві взаємодіючі підсистеми. Причому взаємозв'язок між підсистемами планування і регулювання полягає в обміні входною і вихідною інформацією, а також у тім, що обидві підсистеми повинні володіти властивостям рефлексії стосовно іншої підсистеми, тобто повинні «знати і вміти моделювати» механізми прийняття керуючих рішень іншою підсистемою. Необхідність наділення підсистем планування і регулювання властивістю рефлексії обумовлена потребою пристосування системи управління не тільки до минулого ходу виробництва, але і до його майбутнього розвитку. Формально це виражається в тім, що і ціль управління, і співвідношення, на підставі яких виробляються керуючі рішення, мають властивість упередженості на відміну від механізмів адаптивного управління в технічних системах.

Дуднєва Ю.Е., Борисенко Є.О.

ВНУТРІШНЯ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНІСТЬ КОМПАНІЙ В СУЧАСНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Визначення клієнторієнтованості у сучасному менеджменті та маркетингу акцентує увагу на тому факті, що в центрі уваги клієнторієнтованої компанії знаходиться її клієнт. Від ступеня задоволеності клієнтів в кінцевому підсумку залежить загальна ефективність діяльності компанії, її прибуток та конкурентоспроможність. Говорячи про клієнтів організації, найчастіше мають на увазі споживачів її товарів та послуг, тобто зовнішніх клієнтів. Однак, сучасна модель менеджменту вказує на існування і іншого типу клієнтів - внутрішніх. Внутрішні клієнти - це співробітники організації, учасники бізнес-процесів компанії, споживачі її корпоративної культури, споживачі внутрішніх комунікацій компанії. Працівники можуть розглядатися як клієнти, в першу чергу, керівництвом компанії - як споживачі її корпоративної культури, її цінностей і духу, як користувачі робочих місць, обладнання та інструментів. Крім того, співробітники є клієнтами по відношенню один до одного, як учасники бізнес-процесів компанії, споживачами комунікацій і послуг, що виникають в процесі робочого взаємодії. Співробітники компанії - це її найбільш важливі ресурси в процесі формування клієнторієнтованої стратегії бізнесу. Або, як пише Д.Мітчелл, «співробітники - основна цінність компанії» [1]. Внутрішня клієнторієнтованість - це здатність організації отримувати додатковий прибуток за рахунок глибокого розуміння і ефективного задоволення потреб своїх співробітників, що виникають в процесі діяльності [1]. Внутрішня клієнторієнтованість є частиною клієнторієнтованої стратегії компанії, спрямованої на задоволення потреб зовнішніх клієнтів. Логічний зв'язок в ланцюжку міркувань «задоволений співробітник - мотивований співробітник - задоволений клієнт - лояльний клієнт - підвищення прибутку» є цілком очевидною. У внутрішньо клієнторієнтованій організації співробітник відноситься до компанії з великим ступенем лояльності.

Переваги впровадження внутрішньої клієнторієнтованості в компанії:

- зниження плинності кадрів через підвищення задоволеності працівників морально-психологічним кліматом в компанії;
- формування кадрового резерву з потенційних кандидатів з зовнішніх джерел залучення персоналу;
- зниження стресу працюючих, підвищення продуктивності праці;
- додаткова можливість для формування позитивного іміджу компанії, можливість проявити її корпоративну соціальну відповідальність, стати більш привабливим роботодавцем і отримати в свою команду найкращих співробітників;
- зниження втрат від неякісної комунікації між співробітниками і підрозділами компанії;
- підвищення якості обслуговування клієнтів, ступеня їх задоволеності, можливість зробити їх своїми постійними клієнтами

Література:

1. Шкирандо О.И. Внутренняя клиенториентированность организации: сущность и преимущества. *Международный научно-исследовательский журнал*. 2017. № 03 (57) Часть 2. С. 116-117.

Дуднєва Ю.Е., Куціянов В.В.

СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В УКРАЇНІ

Україна, як і країни світу, стоїть перед глобальним екологічним викликом. Одним з перспективних напрямів для усунення екологічних, економічних і соціальних загроз є забезпечення сталого розвитку держави на основі виконання принципів «зеленої» економіки. Необхідним заходом в сфері енергозбереження має стати застосування відновлюваних джерел енергії в господарської діяльності. Актуальність таких дій підтверджується зарубіжним досвідом.

За оцінкою МЕА (International Energy Agency, IEA) Міжнародне енергетичне агентство) біоенергетика є одним з найбільш ефективних і перспективних напрямів альтернативної енергетики. Технології отримання та використання біоенергетичних ресурсів відповідають вимогам Паризької кліматичної угоди (COP21) щодо захисту навколишнього середовища.

Стрімкі та стійкі темпи розвитку біоенергетичної галузі протягом останніх десятиліть зумовлені низкою факторів, ключовими з яких є широке застосування державних програм щодо обмеження викидів парникових газів та захисту навколишнього середовища, скорочення запасів традиційних енергоресурсів при супутньому зростанні цін на енергоносії, вдосконалення технологічних ланцюжків, що підсилюють конкурентоспроможність біоенергетики.

Підвищення рівня енергоефективності можливо через розвиток альтернативної енергетики. Для цього потрібно сформулювати конкретну програму дій, спрямованих на розробку і реалізацію стимулюючих заходів в сфері ВДЕ. У цьому випадку доцільно скористатися закордонним досвідом і адаптувати методи, які успішно застосовуються іншими країнами, до національної альтернативної енергетики. Найбільшу увагу слід приділити соціальній складовій «зеленої» енергетики.

В країнах ЄС середньостатистичний показник використання біопалива для виробництва теплової енергії становить 15%. Однак ряд країн значно випереджають загальноєвропейські показники. Зокрема, у Швеції 61% тепла отримують на основі біопалива, в Австрії –37%, Данії –35%, Фінляндії –32%. Водночас, переважно для одержання теплової енергії, в країнах Європи використовують тверді види біопалива: пелети, паливні гранули тощо. Наприклад, у Фінляндії з усього обсягу використання біопалива на тверді енергоносії припадає 94%, у Польщі – 93%, в Австрії –89%, у Швеції –78%.

Регіони України зацікавлені в застосуванні нетрадиційних альтернативних джерел енергії по ряду причин:

- зниження залежності в регіонах від зовнішніх постачальників енергетичних ресурсів;
- створення додаткових робочих місць;
- підвищення рівня життя населення;
- покращення екологічної ситуації.

Дуднєва Ю.Е., Сіладі В.В.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ

У 80-90 роках ХХ-го сторіччя ризик-менеджмент навіть у провідних компаніях у світі мав фрагментарний, вузькоспеціалізований характер. Управління різними видами ризиків, зокрема екологічними, фінансовими, виробничими здійснюється незалежно один від одного та розосереджується по різних підрозділах організації. Часто це призводить до суперечності між ризик-менеджментом та цілями організації в цілому, неможливості оцінити сукупний ефект від управління окремими видами ризиків, а сам ризик-менеджмент розглядається власниками як джерело виникнення додаткових витрат. Результатом є низька координація управлінських дій (або навіть її повна відсутність), проблеми з ідентифікацією, а головне, з реагуванням на нові для суб'єкта господарювання ризики.

На початку ХХІ століття у світовій практиці відбувся перехід до нової концепції ризик-менеджменту, яка передбачає комплексний підхід до оцінки та управління всіма видами ризиків організації на основі системного підходу (EWRM – enterprise-wide risk management). Відповідно до нього управління ризиками є зоною відповідальності не тільки фахівців у функціональних підсистемах, а й спеціального створеного спеціалізованого підрозділу. Таким чином функція управління ризиком охоплює всі напрями діяльності, але залишається підпорядкованою загальним організаційним цілям та централізованому управлінню. Ризик-менеджмент набуває стратегічного характеру, здійснюється безперервно, при його реалізації оцінюється сукупний вплив факторів ризику, до нього активно залучаються топ-менеджери.

Впровадженню комплексного ризик-менеджменту сприяє використання низки професійних та міжнародних стандартів, зокрема FERMA, COSO ERM, ISO 31000. Не зважаючи на явно прогресивний характер комплексного ризик-менеджменту, зауважимо, що управління ризиком при такій організації залишається лише однією зі сфер управлінської діяльності, по суті досить автономною, і відноситься до розряду другорядних процесів, які тільки доповнюють базові підсистеми управління. Крім того, відсутність у невеликих компаніях спеціалізованого підрозділу з управління ризиками часто призводить до «втрати» відповідної функції та унеможливорює реальний вплив на фактори, що породжують ризик.

Ці недоліки, а також зростаюча невизначеність зовнішнього макро- та мікро оточення призводять до з'ясування того факту, що ризик-менеджмент має стати центральною складовою системи управління суб'єктом господарювання, тобто інтегруватися у цю систему. Таким чином, для сучасних організацій зростає актуальність розробки та впровадження інтегрованої системи ризик-менеджменту (integrated risk management - IRM), яка передбачає управління ризиком у всіх сферах діяльності, на всіх ієрархічних рівнях, у всіх бізнес-процесах та у всіх центрах відповідальності. Концепція IRM заснована на ідеології спільної зацікавленості всіх елементів складної системи, якою є будь-яка сучасна організація, в доцільному об'єднанні організаційних, матеріальних, інтелектуальних та інших ресурсів. Потреба в такому об'єднанні визначається цілями передбачення, виявлення та оцінки всієї динамічної сукупності ризиків і оптимального управління нею.

Єльнікова Г.В., Васильєва А.С.

СУТНІСТЬ, ЗМІСТ, ПОНЯТТЯ МЕТОДОЛОГІЇ

Методологія (гр. *methodos* – спосіб, метод і *logos* – наука, знання) – вчення про правила мислення при створенні теорії науки, вчення про науковий метод пізнання й перетворення світу; його філософська, теоретична основа, сукупність методів дослідження, що застосовуються в будь-якій науці відповідно до специфіки об'єкта її пізнання (за С.П. Щербою).

Головна мета методології науки – вивчення і аналіз методів, засобів, прийомів, за допомогою яких отримують нові знання в науці на різних рівнях пізнання.

Багато зарубіжних наукових шкіл не розмежовують методологію і методи дослідження.

Найчастіше методологію тлумачать як теорію методів дослідження, створення концепцій, як систему знань про теорію науки або систему методів дослідження. Методику розуміють як сукупність прийомів дослідження, включаючи техніку і різноманітні операції з фактичним матеріалом.

Методологія виконує такі функції:

- визначає способи здобуття наукових знань, які відображають динамічні процеси та явища;
- направляє, передбачає особливий шлях, на якому досягається певна науково-дослідницька мета;
- забезпечує всебічність отримання інформації щодо процесу чи явища, що вивчається;
- допомагає введенню нової інформації до фонду теорії науки;
- забезпечує уточнення, збагачення, систематизацію термінів і понять у науці;
- створює систему наукової інформації, яка базується на об'єктивних фактах, і логіко-аналітичний інструмент наукового пізнання.

Методологія науки може бути загальною або конкретно-науковою. До першої відносяться принципи матеріалістичної діалектики, яка досліджує закони розвитку наукового знання в цілому. До другої – закони окремих наук, особливості пізнання окремих процесів, теоретичні узагальнення, окремі методи дослідження.

У науці виділяють і три види методології науки:

- філософську (фундаментальну),
- загальнонаукову
- частково наукову.

Філософська об'єднує найзагальніші діалектичні методи; загальнонаукова – методи, що базуються на загальнонаукових принципах і використовуються у переважній більшості досліджень; частково наукова – використовує специфічні методи науки, що є базою для вирішення конкретної науково-дослідної проблеми (за В. М. Михайловим).

Сльникова Г.В., Масалов В.Е.

ОСНОВНІ ЕТАПИ ТА ФОРМИ ПРОЦЕСУ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Науково-дослідний процес – це чітко організований комплекс дій, спрямованих на одержання нових знань, що розкривають сутність процесів і явищ у природі і суспільстві, з метою використання їх у практичній діяльності людей. Кожне наукове дослідження виконується відповідно до визначеного наукового напрямку, що є наукою або комплексом наук, у рамках яких здійснюється дослідження.

Структурними одиницями наукового напрямку є комплексні проблеми, теми, наукові питання.

Під науковою проблемою розуміють комплекс теоретичних і практичних завдань, необхідність виконання яких постає перед суспільством. Комплексна проблема – це сукупність проблем, які поєднані однією метою.

Тема наукового дослідження є складовою частиною проблеми.

Під науковими питаннями розуміють невеликі наукові завдання, що належать до конкретної теми наукового дослідження.

Науково-дослідний процес будь-якого класу, виду, з різноманітними ознаками проходить за загальною схемою три етапи:

організаційний,
дослідний
завершальний.

На *організаційному етапі* вивчається стан об'єкта і виконується організаційно-методична підготовка дослідження.

На *дослідному етапі* відбувається створення нової інформації та перетворення її за допомогою наукових прийомів дослідження відповідно до програми дослідження.

Завершальний етап науково-дослідного процесу – це етап узагальнення, апробації та реалізації результатів дослідження.

Узагальнення результатів дослідження становить літературне викладення результатів дослідження у вигляді звіту про виконану науково-дослідну роботу (НДР), дисертації, монографії, статті, студентських науково-дослідних робіт, у т. ч у вигляді магістерської роботи.

На *етапі реалізації результатів дослідження* проводиться апробація отриманих результатів, а потім – впровадження їх у практику. Результати дослідження можуть бути як тільки науковими, так і науково-прикладними.

Науковий результат – це нове знання, здобуте в процесі фундаментальних або прикладних наукових досліджень і зафіксоване на носіях наукової інформації у формі наукового звіту, наукової праці, доповіді, відкриття, монографії.

А науково-прикладний результат – це нове конструктивне чи технологічне рішення, закінчене випробування, яке може бути використане у практичній діяльності.

Єльнікова Г.В., Токарєва О.Є.

СУЧАСНІ ВИМОГИ ДО ВИКОНАННЯ НАУКОВИХ РОБІТ

При виконанні наукових робіт (курсова, дипломна, магістерська тощо) необхідно дотримуватися певних вимог. До них відносяться: актуальність теми, достатній теоретичний рівень, дослідницький характер роботи.

Актуальність теми (важливість, практична значущість) – тема роботи повинна відповідати сучасним потребам розвитку суспільства.

Достатній теоретичний рівень – тема роботи повинна бути розкрита на сучасному рівні розвитку відповідної науки, використовувати підходи і знання, що пояснюють різні явища та події у практиці з позиції сьогодення.

Дослідницький характер – робота має містити елементи дослідження, тобто: вивчення достатньої кількості опублікованих джерел; систематизацію і аналіз різних думок, підходів до проблеми; формування власної точки зору; порівняння теоретичних поглядів учених і практичної діяльності; розробка висновків та рекомендацій.

Апробація наукових результатів відбувається на спеціально організованих заходах, що потребують усних повідомлень та спілкувань з метою обговорення теми, мети, ступеня дослідженості тощо. Це наради, семінари, дискусії, симпозіуми, конференції, де висловлюються та обговорюються різні точки зору на проблему.

Результативність наукового дослідження значною мірою визначається ступенем його реалізації – впровадженням в практику. Науково-дослідна робота (НДР) перетворюється в продукт лише з моменту її «споживання» виробництвом.

Форми впровадження результатів НДР можуть бути різноманітними. Найбільш простою формою впровадження у практику наукових досягнень є опублікування матеріалів дослідження.

Ефект досліджень – це сукупність добутих наукових, економічних і соціальних результатів. Результат, який зіставлений із витратами на його досягнення характеризує *ефективність досліджень*. Під *економічною ефективністю наукових досліджень* в цілому розуміють зниження витрат праці на виробництво продукції в тій галузі, де впроваджуються закінчені науково-дослідні роботи.

Фундаментальні дослідження оцінюють якісними показниками: можливістю широкого застосування результатів, новизною явищ, вкладом у безпеку, обороноздатність країни, збереження навколишнього середовища; пріоритетом вітчизняної науки і міжнародним її визнанням; фундаментальними монографіями з тем та їх цитуванням видатними вченими світу.

Ефективність прикладних досліджень визначається сукупністю загальних і конкретних кількісних показників. Загальні – це показники, що характеризують ефективність всього дослідження в цілому. Група конкретних показників містить ті, що характеризують ефективність розробок у певних сферах, на різних етапах використання.

Карлова О.А., Пономарьова Т.В.

ОРГАНІЗАЦІЯ І УПРАВЛІННЯ СФЕРИ ПОСЛУГ

Загальною основою життя людини, його існування та підвищення життєвого рівня є виробництво матеріальних цінностей. Джерелом задоволення людських потреб, як правило, є виробнича діяльність. На виробництві створюються суспільні блага, що потім споживаються і дають задоволення людині. Цілеспрямовану діяльність, направлену на створення корисного продукту чи послуги, визначають як виробництво. Кожне виробництво можна представити як систему, в якій здійснюється цілеспрямований процес перетворення вхідних елементів (сировини, матеріалів) у корисний продукт. Тобто виробництво – це певна технологія, відповідно до якої здійснюється трансформація вкладених ресурсів у кінцевий результат - продукцію або послуги. Основна мета виробництва в сучасних умовах - забезпечення споживача якісною продукцією чи послугою в певні строки, конкретної комплектації, з мінімальними витратами на виготовлення для виконавця. Економічний стан і майбутній розвиток підприємства залежать від того, наскільки раціонально організовано виробництво, чи відповідає воно вимогам оптимальності, гнучкості, мобільності, високої культури праці, екологічності й конкурентоспроможності.

У сучасній економічній літературі організація виробництва розглядають як спосіб вибору, розподілу і кооперування елементів виробництва для досягнення поставлених цілей при мінімальних витратах ресурсів. На кожному підприємстві організація виробництва обґрунтовує економічну доцільність системи засобів для досягнення якісного кінцевого результату. Ефективність виробництва визначається методами раціонального використання елементів виробництва в його сукупності. Раціональна організація виробництва полягає в тому, щоб інтегрувати сукупність розрізнених елементів, з яких складається виробничий процес у цілісну виробничу систему. Всі елементи виробничої системи повинні бути взаємно узгоджені, ефективні за параметрами функціонування. Підкреслимо, що всі без винятку питання організації виробництва вирішуються на основі технології. У той же час організація виробництва має свої завдання, а саме:

- удосконалення форм організації виробництва;
- організація процесів праці у просторі й часі;
- спеціалізація підприємства;
- реконструкція та переозброєння виробництва;
- нормування витрат ресурсів з використанням логістичних методів;
- оптимізація експлуатаційних режимів устаткування та обладнання;
- інноваційне оновлення виробництва;
- забезпечення конкурентоспроможності виробів чи послуг.

Незважаючи на економічні труднощі підприємства сфери послуг України забезпечують необхідні обсяги реалізації послуг для споживачів, а головне – для населення. Явною є криза управління такою соціально важливою складовою, як сферою послуг: вертикаль галузевого управління і державного фінансування знищена, збережений витратний принцип господарювання, націлений на використання ресурсів без стимулів до саморозвитку і ресурсозбереження. У цих умовах способом стабілізувати ситуацію і забезпечити подальший розвиток є перехід галузі до сучасних форм організації виробництва та нових маркетингових стратегій.

Кір'ян О.І., Віхров Б.Є.

ЕЛЕМЕНТИ РОБОЧОГО ЧАСУ ТОП-МЕНЕДЖЕРА В ПЕРШІ МІСЯЦІ НА ПОСАДІ

Формуючи план-графік робочого дня, кожен керівник в тій чи іншій мірі спирається як на власний досвід, так і на досвід попередників, визнаних фахівців, наукові розробки з організації робочого часу менеджера, рекомендації з ефективного тайм-менеджменту тощо. Топ-менеджер, що тільки отримав призначення і не має досвіду роботи на поточному рівні, не може спиратися на власний досвід, тому змушений користуватися лише власними спостереженнями, консультативним та науковим матеріалом з цього питання. При цьому він повинен враховувати особливості специфіки саме його посади, що не може бути декларовано в жодному зовнішньому джерелі відповідної інформації.

Виходячи з визначених особливостей, можемо вважати призначеного топ-менеджера одночасно виконавцем-фахівцем та дослідником, який вивчає та застосовує ефективний самоменеджмент. На нашу думку, він в першу чергу повинен досконало ознайомитись не тільки з колом своїх обов'язків, але й з оточенням в особах підлеглих, яким в тій чи іншій мірі можливо або ні делегувати значну кількість повноважень, завдань, поточних та проблемних питань. Від цього суттєво залежить розподіл саме його робочого часу – необхідність виконувати пені питання або лише їх координація та контроль. Світовий досвід доводить, що на найвищих посадах важливо майже всі поточні рутинні питання делегувати на нижчі рівні, залишивши за собою стратегічні рішення та періодичний контроль та координацію (при зміні, реорганізації інформаційних потоків).

Другою важливою складовою є виділення часу на кожен елемент діяльності з максимально стабільним графіком. Це дозволяє сформувати у підлеглих відчуття стабільності, важливості рішень керівника та одночасно певної досяжності в обумовлені періоди для забезпечення стабільної діяльності всіх підлеглих. Такий підхід підкреслює значущість для компанії стратегічних рішень, але й забезпечує відчуття важливості в ефективній діяльності кожного з працівників, що посилює не матеріальну мотивацію та спрощує процес керування для топ-менеджера.

Залежно від специфіки діяльності компанії, топ-менеджер повинен виділяти час на розв'язання екстрених питань його рівня. Помилково вважати, що їх не буде або вони будуть дуже рідко. В разі появи таких ситуацій вони здатні ускладнити до декількох днів діяльності (а інколи створити ще більші проблеми), бо впливають на терміни зустрічей, прийняття рішень, виконання завдань – змінюють весь графік діяльності. Для запобігання таким складностям важливо виділяти час на можливість виникнення питань, але додатково мати перелік функцій, робіт, процесів (в тому числі саморозвитку, навчання, дослідження, аналізу), якими буде заповнений час топ-менеджера в разі стабільної роботи. Наступним важливим елементом, на нашу думку, є обов'язковий щоденний та щотижневий (проектний, функціональний тощо) аналіз результатів та послідовне корегування діяльності (власної та підлеглих) залежно від виявлених особливостей процесів саме в цій компанії та саме в підпорядкованому колективі. Це прискорить отримання топ-менеджером свідомого досвіду розподілу робочого часу та акцентує його увагу на аспектах діяльності на отриманій посаді, формуючи його унікальний графік робочого часу.

Кір'ян О.І., Михайленко Д.М.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВЛАСНОЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ПОВЕДІНКИ

Організаційна поведінка – це процес, на який, на жаль, більшість керівників та працівників звертають увагу лише при появі конфліктних ситуацій, неузгодженості в роботі та інших негараздах в співіснуванні колег. В той же час науковий підхід керівництва, з одного боку, та розуміння кожним свого місця в життєдіяльності колективу та взаємовпливі на організаційну поведінку з іншого можуть не тільки суттєво покращити мікроклімат в організації, але й значно підвищити показники її діяльності. Для цього, на нашу думку, кожен співробітник повинен чітко усвідомлювати як власні очікування від трудового оточення, так і власну специфіку поведінки і можливість корегувати її на загальне та особисте благо.

Виділимо для оцінки ефективності дві складові організаційної поведінки: така, що впливає на особистість; така, яку формує особистість та якою впливає на оточення, колектив. Вони в більшості випадків є взаємопов'язані, спіралевидно розвиваються в позитивну або негативну сторону. Для забезпечення ефективності першої складової особистість повинна чітко усвідомлювати – що саме вона очікує від праці в даному колективі; як бачить ідеальні стосунки з колегами, керівництвом, іншими учасниками трудових відносин; які пріоритети в кожного зі сформованих показників; за яких умов праця в колективі буде унеможливлена навіть за наявності інших позитивних чинників. Надалі здійснюється порівняльний аналіз – чи відрізняються фактичні та ідеальні умови, як саме, чому. Для кожного критерію, що не відповідає ідеальному, особистість визначає – чи може саме вона вплинути на ситуацію та змінити її, як, за який термін та на який термін; чи варто це робити. В разі неможливості самостійно вирішити питання – визначити, чи можливо взагалі його розв'язати за допомогою будь-кого. В разі, якщо зміна умов не очікується, особистості важливо відповісти собі на питання: «чи згодна вона й надалі працювати в цих не ідеальних умовах?». В разі позитивної відповіді важливо сформулювати механізм адаптації до ситуації та пошуку позитивних чинників в роботі, що будуть нейтралізувати відчуття невдоволення. В разі негативної – з отриманим досвідом підшукати нову роботу, яка максимально буде відповідати вже сформованим критеріям. Для забезпечення ефективності другої складової, на наш погляд, або особистість повинна бути відповідальною, або слід задіяти кадрову службу або незалежну агенцію. Необхідно визначитись за допомогою опитування колег, керівника, оцінки результатів праці – як саме окрема особистість поводить в колективі, впливає на кожного з його членів, на показники діяльності. І, що є важливим, колектив з керівником повинні визначитись: що саме є пріоритетним для них – особистісні риси, професіоналізм, результативність, форма спілкування та будь-що інше з багатьох різноманітних чинників прояву особистості в колективі. Свідоме визначення пріоритетів дозволить більш толерантно підходити до колег з високою продуктивністю та складним характером, не так поблажливо ставитись до приємних робітників з мінімальним внеском в результативність всього колективу, визначитись з чітким переліком вимог внутрішнього розпорядку, поведінки; оновити Положення про підрозділ та вимоги до його співробітників.

Застосування особистістю обох складових в свідомому оновленні власної поведінки підвищить як його ефективність праці, так і якість трудового життя.

Кір'ян О.І., Худаяров Е.Т.

СПЕЦИФІКА СУЧАСНОГО АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ МАЛИМ БІЗНЕСОМ

Більшість підприємців-початківців вивчають наукове підґрунтя управління бізнесом, починаючи з елементарної правової бази (для можливості просто започаткувати бізнес); фінансової складової (для ведення бухгалтерського обліку); загальних питань аналізу господарської діяльності (для організації бізнес-процесів та внутрішнього документообігу). На цьому, нажаль, значна частка і зупиняється, бо вважає себе інтуїтивними фахівцями певної справи, особливо в разі володіння навичками діяльності, в якій започатковано бізнес. Це через короткий проміжок часу призводить більшість з них до банкрутства.

Більш далекоглядні підприємці розуміють, що самотійно бізнес побудувати та підтримувати в дієздатному стані досить важко, тому приділяють увагу вивченню менеджменту персоналу (для формування ефективної команди у відповідності з особливостями середовища існування компанії, її фінансовими можливостями); менеджменту (для формування ефективної системи управління бізнесом, структури, що взаємоузгоджена з метою бізнесу, умовами середовища та підбраною командою). Найбільш ґрунтовні бізнесмени додають до переліку обов'язкових для попереднього вивчення та використання питань маркетингові (моніторинг ринку, споживача, конкурентів, умови та специфіку проведення рекламних компаній тощо); логістичні (підбір партнерів, трансферу та ін.). Але з часом напрацьовані ефективні процеси починають приносити менші прибутки, а інколи приводять бізнес на межу виживання. На нашу думку, це пов'язане з відсутністю антикризової динаміки в системі управління та організації життєдіяльності бізнесу, в розвитку самого бізнесмена. Визначимо – що саме потрібно використовувати в складі антикризового управління малим бізнесом для його укріплення та забезпечення сталості.

В першу чергу підприємець повинен чітко усвідомити наявність постійної динаміки в усіх бізнес-процесах як зовнішнього середовища, так і внутрішнього. І сам останні він повинен забезпечити в достатньому обсязі та вірному напрямку. Для цього необхідно вміти: проводити аналіз процесів в середовищі (фіксацію показників, їх обробку та визначення динамічних процесів), прогнозування подальшого динамічного руху кожного процесу середовища; оцінку відповідності власних ресурсів прогнозованій динаміці.

Другим, не менш важливим, є об'єктивна порівняльна оцінка можливих кроків щодо змін в складових бізнесу, визначення їх доцільності, термінів та механізму впровадження або визнання необхідності реорганізувати (своєчасно продати або закрити бізнес). Підприємець повинен рахуватися з відповідністю власних ресурсів змінам середовища та вимогам сучасності, законодавства, розвитку техніки, технологій; зі здатністю колективу розвиватися у відповідності з потребами визначаємих змін; з можливістю ефективно реорганізовувати бізнес-структуру з урахуванням цього; з постійним збільшенням впливу інтернет-технологій на бізнес-процеси; з принциповою зміною ринку, глобалізацією багатьох процесів та появою нових конкурентів. Своєчасна, прогнозована реакція, що випереджає процеси в середовищі, і формує ефективне антикризове управління малим бізнесом.

Обидєннова Т.С., Гарт А.О.

ВПЛИВ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРОЦЕС ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН

У перехідному періоді, який переживає українська економіка, найважливішим завданням створення нових конкурентоспроможних підприємств. Неготовність до виниклої економічної ситуації привела багато перш успішні підприємства до стану кризи. Існуючі матеріально-технічні, кадрові ресурси і накопичений виробничий потенціал у багатьох випадках виявилися недостатніми для забезпечення життєздатності підприємств. Більшість підприємств потрапили в кризову ситуацію, пов'язану з різким падінням купівельного попиту, відсутністю обігових коштів і додаткового фінансування на оновлення виробничо-технологічної бази, нездатністю ефективно використовувати існуючі внутрішні ресурси відповідно до потреб ринку. Виникла необхідність реорганізувати систему управління, видозмінити діяльність існуючих підрозділів і створити нові, зокрема з управління маркетинговою і фінансовою діяльністю, кадрами, розвитком і т. п. Аналіз процесів розвитку підприємств показує, що при приблизно рівних «стартових умовах» (виробничо-технологічна база, конкурентоспроможність продукції і положення на ринку) в умовах одного регіону, тобто в однакових зовнішніх умовах підприємства можуть досягати різних результатів: від погіршення стану і банкрутства до стабілізації і активного росту. Разом з тим, додаткове фінансування, державне кредитування не призводить до реорганізації діяльності таких підприємств, а тільки дозволяє відкласти банкрутство на деякий час. В інших випадках недостатнє фінансування «ззовні» змушує керівників і власників спиратися на існуючі внутрішні ресурси, змінюючи організацію роботи, розвиваючи в першу чергу організаційно-управлінську систему і кадровий потенціал. Необхідність виживати без зовнішньої підтримки активізує процеси саморозвитку, спрямовані на створення основи подальшої конкурентоспроможності та ефективності підприємства. Але навіть за відсутності кризи на стабільно працюючих підприємствах виникає необхідність в якісних змінах, що дозволяють управляти розвитком внутрішнього потенціалу підприємства. Основною проблемою сучасних досліджень в цьому напрямку є протиріччя між наявністю потенціалу підприємств і його недостатнім використанням керівниками в процесі організаційних змін. Це проявляється в нездатності керівників насамперед аналізувати потенціал підприємства і проектувати його зміна відповідно до існуючим станом і цілями розвитку. Необхідність більш ефективного використання всіх внутрішніх ресурсів підприємства, особливо при відсутності зовнішньої підтримки, часто є важливою причиною реорганізації підприємств, завдання активізації внутрішніх ресурсів - однієї з основних завдань при проведенні перетворень. Характеристики ресурсів підприємства, зокрема організаційно-управлінської системи, індивідуальних і професійних якостей керівників, виробничо-технологічної бази, істотно впливають на можливість, необхідні умови і результативність змін. Цим продиктована актуальність дослідження впливу потенціалу підприємства на процес організаційних змін, що дозволяє створювати сприятливі умови для досягнення більш високих рівнів ефективності. Своєчасна і адекватна діагностики потенціалу підприємства може бути використана для розробки стратегії розвитку, проектування і проведення змін.

Обидєннова Т.С., Окладніков В. І.

ВАЖЛИВІСТЬ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ В ПРОЕКТАХ

У сучасних умовах розвитку української економіки для сталого функціонування підприємств необхідний пошук нових джерел підвищення ефективності їх господарської діяльності. Дедалі більшого наукового і практичного значення набувають нематеріальні фактори, одним з яких є організаційні комунікації. Сучасні теорії управління розглядають комунікації як найважливішу умову виникнення та існування організацій, як основу розвитку соціальних систем. Комунікативна взаємодія, взаємне прийняття ролей, досягнення згоди і розуміння створюють організаційну структуру, можливість кооперації і управління. Ефективні комунікації сприяють підвищенню показників діяльності організації та рівня задоволеності працівників працею, формування почуття причетності до роботи компанії тощо. В даний час управління комунікаціями в організаційних системах носить, як правило, аспектний характер, при цьому не враховуються комунікаційні потреби і довгострокові інтереси всіх учасників комунікаційного процесу. Однією з причин такої ситуації є відсутність комплексного підходу до організації управління проектами, що враховує їх особливості. Такий підхід повинен брати до уваги необхідність використання інновацій для досягнення поставлених цілей, прискорення темпів реалізації проектів, їх масштабність, труднощі в організації системи планування і контролю, взаємозв'язку між компаніями-учасниками, у тому числі і міжнародними, територіальну розподіленість і т.п.

Аналіз практики управління проектами виявляє недоліки сформованих підходів, які проявляються в неможливості вирішення поставлених завдань в заплановані терміни, організаційних помилки на початковому етапі проекту, відсутності налагодженої системи комунікацій і координації.

Управління комунікаціями проекту є однією з найважливіших функціональних підсистем управління проектом і являє собою галузь знань, що включає в себе процеси, необхідні для своєчасного створення, збору, поширення, зберігання, отримання та, в кінцевому підсумку, використання інформації проекту. Крім того, найважливішою складовою проектних комунікацій є ділове спілкування, спрямоване на підвищення ступеня інтеграції зусиль і узгодження інтересів, як учасників проекту, так і команди проекту.

Особливо важливо забезпечити ефективність комунікаційних процесів в інноваційних проектах, спрямованих на створення складної наукомісткої продукції. Існують різні аспекти управління інноваційним проектом: управління змінами, контракти і поставки, фінансування та управління витратами, управління ризиками, управління якістю, управління персоналом, екологічний менеджмент та інші. Все це досліджувані галузі управління проектами. Організація управління інноваційним проектом є основою, становить «кістяк» всього проекту, будь-який його системи. Тому так важливо правильно скласти цю основу на початковому етапі. Основним завданням при цьому стає підвищення ступеня узгодженості управлінських рішень на всіх етапах життєвого циклу проекту, що істотно підвищує значущість проектних комунікацій. У зв'язку з цим проблема розробки теоретичних і методичних основ управління проектними комунікаціями є однією з найбільш актуальних для забезпечення ефективності реалізації проектів.

Обиденнова Т.С., Шведов А.Р.

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ФАКТОР СТІЙКИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Динамічне, постійно змінюване зовнішнє середовище, наростання конкуренції на глобалізованому ринку припускають необхідність вдосконалення умов організації взаємодії суб'єктів господарської діяльності у зовнішньому і внутрішньому середовищі за рахунок залучення в нього співробітників підприємства, які поділяють цінності суб'єкта господарювання.

В постіндустріальному суспільстві одним з головних напрямків в забезпеченні стабільно стійких виробничих результатів, нарощуванні техніко-технологічного та кадрового потенціалу на підприємстві стає розвиток корпоративної культури, що здійснює прийняття і реалізацію рішень, які транслиують цінності в виробничий процес. Вирішення цього завдання лежить в площині впровадження нових методів управління, ефективного використання умов праці, що підтримує баланс інтересів виробництва і суб'єктів трудових відносин. Як інструмент перетворення процесів на підставі принципів прозорості та відкритості, включення в організаційні практики м'яких методів впливу, подолання дефіциту міжособистісного довіри в корпоративному просторі в довгостроковій перспективі може виступати корпоративна культура.

Сучасні українські підприємства демонструють зростаючий інтерес до використання можливостей потенціалу корпоративної культури з метою збереження і посилення унікальних конкурентних переваг, створення платформи для довгострокового зростання. Особливо важливо вирішити цю задачу в соціотехнічних системах високого рівня складності, що формуються на підприємстві, що поєднує в собі детермінований технологічний процес і соціальний капітал, що володіє деякою мірою невпорядкованості або хаотичності, схильний до самоорганізації і самоактуалізації. Тобто для зниження ентропії внутрішнього середовища підприємства необхідно забезпечити керованість процесу взаємодії в колективі.

Стратегічна цінність управління розвитком корпоративної культури полягає в тому, що, по-перше, вона є нематеріальним чинником зростання вартості компанії і поліпшення операційних показників; по-друге, управління корпоративною культурою вважається наскрізним крос-функціональним процесом, що зачіпають всіх співробітників підприємства і формує унікальне внутрішній простір; по-третє, в умовах динамічності корпоративного простору і цілеспрямованих організаційних змін зростає роль духовних цінностей і смислів, які є ядром корпоративної культури.

У міру адаптації до постійно мінливого цифрового світу, появи нових технологій, людей і смислів, сучасні підприємства стикаються зі зростаючою необхідністю перегляду своїх структурних і культурних (ціннісних) підстав і управлінських практик. Заходи з управління розвитком корпоративної культури повинні бути спрямовані на досягнення максимальної ефективності взаємовідносин між співробітниками, мінімізацію з подальшим повним скороченням конфліктогенності, плинності і атомізації членів колективу, створення умов для забезпечення якісного комунікаційного взаємодії і ідентичності.

Федорова Ю.В., Долженко Д.Ю.

ВПЛИВ ВИДІВ ДІЯЛЬНОСТІ ЗІ СПАДАЮЧОЮ ТА ЗРОСТАЮЧОЮ ВІДДАЧЕЮ НА ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ

Цікавим дослідженням в області нерівномірного розвитку країн у процесі сучасної глобалізації збагатив відомий фінляндський економіст Е.Райнерт. У традиціях Гарвардської школи бізнесу він дослідив це питання методом ситуаційного дослідження. На відміну від стандартної науки, яка бачить економічні процеси через призму методологічних та математичних лінз та ігнорує факти реального життя, цей підхід ґрунтується на історичних дослідженнях та збирає фактичні докази. Автор дослідив еволюцію економічної та політичної думки за останні 500 років на підставі більш ніж 50 тис. томів літературних джерел. Основна ідея його книги «Як багаті країни забагатіли... і чому бідні країни лишаються бідними...» полягає в тому, що економічний розвиток країни залежить від видів її діяльності. Саме промисловість автор відносить до виду діяльності зі зростаючою віддачею. На його думку, від видів виробництва залежить весь економічний устрій країни, а згодом і інститути, і навіть менталітет населення країни. Фундаментом цієї думки стали ідеї А.Маршалла, який дослідив різницю у здатності до відновлення між галузями зі зростаючою та спадаючою віддачею.

Види діяльності зі спадаючою віддачею характеризуються залежністю від природних факторів та обмеженою можливістю до диверсифікації, дифузії, синергетичного ефекту у суміжних галузях. Якщо хоч один з ресурсів має природне походження, то при розширенні виробництва за певними межами масштабів, продуктивність починає спадати. Так, при нарощуванні обробляючої техніки та збільшення кількості робітників у полі буде досягнута така межа, коли продуктивність кожної одиниці техніки або робітника почне спадати. В умовах досконалої конкуренції інновації як правило ведуть до зменшення ціни виробу, а не збільшення доходів виробника. Е.Райнерт зазначає: «країни, що поставляють сировину іншим країнам, рано чи пізно дійде до ситуації, коли віддача від їх діяльності стане спадаючою. Закон спадаючої віддачі наголошує, що у видах діяльності, що залежать від природних факторів, наприклад, у здобичі корисних копалин, рано чи пізно збільшення вкладень капіталу і \ або праці призведе до тенденції збіднення, через зменшення кількості продукції на одиницю вкладеної праці або капіталу».

У видах діяльності зі зростаючою віддачею, навпаки, з ростом обсягів виробництва витрати не збільшуються, а зменшуються. Наприклад, питомі витрати на мобільний зв'язок зменшуються зі збільшенням користувачів мережею. Цим видам діяльності притаманна недосконала конкуренція, існування бар'єрів входу на ринок. В таких видах діяльності немає активів, які залежать від природи, обмежених за кількістю або якістю. Для цих галузей важливо розширювати ринку збуту. Тому розвинуті країни, у яких завжди переважають види діяльності зі зростаючою віддачею, прагнуть до політики максимальної відкритості економік країни та до глобалізації в цілому. Торгівля між рівними за видами діяльності країнами завжди вигідна обом сторонам. Та ось у разі «несиметричної» торгівлі, експорт багатих країн розвиває їх економіку, збільшує віддачу, а традиційний експорт бідних країн, навпаки, призводить до шкідливих для економіки наслідків.

Федорова Ю.В., Орехова О.О.

ЗБІЛЬШЕННЯ ОБСЯГІВ ЕКСПОРТУ ЗАЛІЗОРУДНОЇ СИРОВИНИ ЯК ПРИКЛАД ВТРАТИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

Сучасні дослідження технологічного розвитку України свідчать про подальший розвиток вітчизняної економіки в руслі експортно-сировинної моделі, спостерігається переривання технологічного ланцюжка у циклі металургійно-машинобудівного виробництва, що призводить до неефективного використання сировинного запасу країни. Збільшення виробництва, що засноване на природних ресурсах, веде до спадаючої віддачі і тому до збіднення країни в цілому.

Кожний автомобіль від Audi, BMW, Porsche, Honda, Toyota, Volkswagen, Mercedes, Skoda зроблено зі сталі, що містить залізну руду Полтавського ГЗК (Ferrexpo)[1]. Заявленою метою ГЗК є постійне нарощування здобичі залізної руди при збереженні статусу недорогого виробника. Не дивлячись на позиціонування ПГЗК як лідера заробітної плати по Полтавській області, реальна оплата праці істотно зменшилася в останні роки. Заробітна плата не залежить від доходів підприємства. Надприбуток у вигляді додаткових валютних надходжень отримують власники бізнесу, а заробітна плата місцевих працівників незмінно залежить від рівня середньої заробітної плати у країні.

Не дивлячись на декларування постійного підвищення заробітної плати працівників ПГЗК, оплата їх праці в рази нижче, ніж в розвинутих країнах. Збільшення частки заробітної плати у собівартості продукції значно відстає від збільшення вартості американського долару та, відповідно, суми валютних надходжень. Як зазначив О.В. Пустовойт: «єдиний ресурс, який в Україні продається виключно за особливою внутрішньою ціною, це робоча сила». Для порівняння середня погодинна вартість робочої сили за даними Євростату в 2016 р. у ЄС-28 становила 24,40 євро. В Україні за підрахунками автора вона становила 1,38 євро (а у 2013 р. – вона дорівнювала 2,8 євро) [2]. На ПГЗК (підприємстві зі шкідливим виробництвом) заробітна плата дорівнювала у 2016 р. 0,86 євро (у 2013 р. – 1,93 євро). Додатковим доказом незадоволеності мешканців міста є масштабна міграція чоловічої робочої сили в країни з аналогічним виробництвом.

На прикладі Полтавського ГЗК ми бачимо слабкий зв'язок між добробутом робітників та валютними надходженнями зорієнтованого на експорт сировини підприємства. Водночас, збільшення пропозиції залізорудної сировини на світовому ринку призводить до зменшення експортної ціни, що зменшує фінансові надходження в цілому і призводить до неефективного використання вітчизняних природних ресурсів. Вважаємо, що надприбутки експортерів сировини необхідно перерозподіляти на користь виробників машинобудівної продукції в рамках однієї інтегрованої структури. Не втратила актуальності стратегія фундатора неокласичної теорії А. Маршала щодо введення податків на діяльність зі спадаючою віддачею заради того, щоб субсидувати виробництво зі зростаючою віддачею.

Література:

1. FERREXPO сайт [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.ferrexpo.com/investor-relations/11-year-summary-and-kpi-performance>
2. Пустовойт О. В. Економічне зростання України: проблеми та можливості прискорення. *Економіка і прогнозування*. 2017. № 4. С. 71–92.

Федорова Ю.В., Чала Д.Д.

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Специфікою розвитку нашої країни є переважний розвиток низьких технологічних укладів, кінцева продукція яких характеризується незначною доданою вартістю. Пустовойт О.В. зазначає, що за даними 2015 р. "з одиниці проміжної продукції в Україні виробляється 0,76 одиниці кінцевої продукції у складі ВВП, а в розвинених країнах - 1,12. Це означає, що економіки в них майже в 1,5 рази ефективніші, ніж в Україні." [1, с.85]. Останні десятиліття у національному валовому внутрішньому продукті постійно зростала частка видобувних та з низьким ступенем переробки виробництв. Вважаємо, що відкрита економіка в умовах нестійкого розвитку вітчизняного промислового сектору, без дієвої підтримки її інноваційного розвитку державою, призведе до збіднення нації, неефективного використання природних ресурсів. Металургійна галузь України відноситься до базових галузей національної економіки. Без металургії неможливий розвиток будівництва, транспорту, важкого машинобудування, а тому і науково-технічний прогрес у цих галузях. Металургія забезпечує понад 40% валютних надходжень країни. При цьому більшу частину в ній займає експорт сировини. Україна збільшує видобування корисних копалин при зменшенні виготовлення сталі та прокату, незначному збільшенні виробництва чавуну та труб, що свідчить про експортну орієнтацію вітчизняних металургій. Одна з причин невігідного позиціонування на світовому просторі, на наш погляд, зумовлена природними умовами. Наявність залізрудних родовищ стала так званою пасткою на шляху інноваційного розвитку України. Можливість експортувати сировину зумовила переривання технологічного ланцюжку виробництва продукції з більш доданою вартістю. Лобіювання інтересів металургії також порушує рівновагу у структурі промислового виробництва. А машинобудування, незважаючи на численні декларації, продовжує перебувати під дискримінаційними умовами. Так, Касьянова Н.В. [2] зазначає, що частка податків на машинобудування, яка формує споживчі ціни, в 2–3, 4, 7 рази перевищує частку податків металургії та обробки металу. Другою причиною експортної спрямованості розвитку чорної металургії став недостатній попит на металопродукцію на внутрішньому ринку. Основними ринками збуту країн, найбільших виробників сталі, є їх внутрішні ринки. Венгер В.В. зазначає, що "Серед одинадцяти найбільших країн – виробників сталі Україна чи не єдина держава у світі, підприємства якої майже 80% виробленої металопродукції експортують і лише трохи більше 20% – реалізують на внутрішньому ринку)" [3, с.79]. Взагалі, українськими науковцями розроблена велика кількість цінних пропозицій щодо інноваційного та інвестиційного розвитку промисловості, але вони не можуть бути запроваджені без активної підтримки уряду.

Література:

- 1.Пустовойт О. В. Економічне зростання України: проблеми та можливості прискорення. *Економіка і прогнозування*. 2017. № 4. С. 71–92.
2. Касьянова Н. В. Формування вертикально-інтегрованих високотехнологічних компаній. *Вісник ДДМА*. 2017. № 1 (40). С. 124-128.
3. Венгер В. В. Внутрішній ринок як фактор розвитку металургійної галузі України *Економіка і прогнозування*. 2017. № 3. С. 69-84.

Юхнов Б.Ю., Яшинов О.Л.

ЕКОНОМІЧНІ ПРИЧИНИ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСУВАННЯ СФЕРИ КУЛЬТУРИ

Економічній взаємодії між виробниками та споживачами культурних благ притаманні певні особливості, які обумовлюють фінансову підтримку сфери культури з боку держави. До таких особливостей слід віднести:

1. Наявність ознак чистого суспільного блага.

Окремі види культурних благ та послуг мають такі властивості, як несуперництво в споживанні, тобто доступність благ для багатьох споживачів, а також невилученість споживачів – неможливість перешкодити споживанню блага додатковим споживачем. Ці ознаки чистих суспільних благ роблять неможливим для виробників забезпечити відшкодування витрат і отримання прибутку, а відтак вимагають участі або держави, або інших осіб, які мають на меті інтереси, які не є тотожними інтересам споживачів.

2. Вплив зовнішніх ефектів.

Серед цих ефектів – зростання супутнього споживання. Так, наявність популярних об'єктів культури сприяє підвищенню доходів ресторанів, кафе, магазинів, що розташовані по сусідству. Широта спектру культурних благ стає фактором вибору місця проживання та праці. Існування активного культурного життя в конкретному місті підвищує його привабливість для туристів та інвесторів. Але без державного втручання ці додаткові доходи не можна перерозподілити на користь відповідного об'єкту культури.

3. Особливості співвідношення попиту та пропозиції.

Пропозиція в багатьох галузях сфери культури є вільною, ініціативною та новаційною. Їй притаманна висока частка постійних витрат. Водночас переважаючим видом попиту є еластичний, який обмежує свободу ціноутворення і робить необхідним фінансування з боку третьої особи.

4. Особливості динаміки витрат.

В ряді видів культурної діяльності витрати зростають швидше, ніж ціни на блага, що виробляються. Тому потреба в компенсуючих субсидіях має тенденцію до збільшення. Це явище, відоме як ефект Бомола – Боуена, пояснюється переважною належністю сфери культури до архаїчного сектору економіки, де витрати на одиницю продукції скорочуються повільно, а технологічні поліпшення відбуваються насамперед на периферії основної діяльності. Тиск у бік підвищення оплати праці провокує зростання цін, що за умов високоеластичного попиту обумовлює необхідність або скорочення обсягів виробництва, або розширення субсидіювання виробників.

Таким чином, фінансуючи той чи інший вид культурної діяльності, держава може зіштовхнутися з необхідністю збільшення розмірів їхнього субсидіювання для забезпечення досягнутих масштабів. В свою чергу, професійне співтовариство людей, які займаються цим видом культурної діяльності, намагатиметься організувати колективні дії для збереження підтримки держави. Зрештою розміри державного фінансування культури залежать від системи ідеологічних пріоритетів, які панують у суспільстві. Однак при прийнятті державних рішень мусять враховуватися вищезазначені специфічні характеристики культурної діяльності.

Ярмош О.В., Захарова Є.М.

СТРАТЕГІЧНІ РІШЕННЯ В УПРАВЛІННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ

Питання вивчення конкурентоспроможності підприємства є важливим та актуальним питанням як для економіки країни в цілому, так і для підприємств-виробників, зокрема. У ринкових умовах висока конкурентоспроможність підприємства в цілому, його продукції та системи управління є запорукою сталого розвитку підприємства і країни. У стратегічному управлінні найчастіше конкурентоспроможність розглядається в двох аспектах:

1. Конкурентоспроможність товару (продукції) тобто ступінь його відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками: технічними, економічними, екологічними тощо.

2. Конкурентоспроможність підприємства – це рівень його компетенції відносно інших підприємств-конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту (особливо – стратегічного поточного планування), навичок і знань персоналу тощо, що знаходить вираження в таких результируючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність [1].

Серед основних (необхідних) умов реалізації стратегічних рішень в управлінні конкурентоспроможністю можна виділити такі [2]:

1) мінімізація витрат на виготовлення продукції або надання послуг з метою завоювання лідируючих позицій порівняно із ціновою політикою конкурентів галузі;

2) диференціація – головним недоліком у реалізації цього стратегічного напрямку промисловими підприємствами є необхідність постійно дотримуватись технологічних переваг порівняно із товарами (чи компаніями) – субститутами та основними конкурентами, адже для цього керівництво компанії має направляти значну кількість власних фінансових ресурсів на НДДКР та інноваційні розробки. Крім того, необхідно дотримуватись високого рівня якості продукції підприємства або надаваних ним послуг;

3) фокусування або нішова стратегія – дана стратегія є абсолютно неприйнятною для вітчизняних промислових підприємств, оскільки припускає наявність переваги в ціні або унікальної пропозиції. На сьогоднішній день значна кількість українських підприємств не в змозі, у більшості випадків, запропонувати унікальну продукцію чи послуги.

В зарубіжній економічній літературі існує цілий ряд концепцій, які обґрунтовують конкурентні стратегії підприємства, характеризують чинники, які знаходяться в основі формування стійкої конкурентної позиції підприємства на ринку, визначають методи, інструменти, механізми, за допомогою яких підприємства досягають конкурентних переваг на ринку.

Література:

1. Шершньова З.Є. Стратегічне управління : Підручник / З.Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.

2. Сумець О.М. Оцінка конкурентоспроможності сучасного промислового підприємства : Навч.-практ. посібник / О.М. Сумець, О.Є. Сомова, Є.Ф. Пеліхов. – К. : Професіонал, 2007. – 208 с.

Ярмош О.В., Шевченко Г.В.

ЗАСОБИ ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ АВТОМОБІЛЬНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Транспортна інфраструктура – одна з найважливіших інфраструктур, що забезпечує життєдіяльність країн, міст та регіонів. Протяжність транспортної мережі зростає і досягає в даний час 24 млн. км, причому близько половини припадає на США, Індію, Росію, Японію, Китай. За рівнем автомобілізації в світі лідирують США і ряд країн Західної Європи. Автомобільний транспорт лідирує за обсягом пасажирських перевезень – 80% світового обсягу та складає близько 40% від загального обсягу транспортних перевезень. Автори праці [1] підсумовують, що системне вирішення завдання про ефективну організацію автомобільних перевезень вимагає розробки методів, що дозволяють ефективно вирішувати її підзадачі.

В останнє десятиліття в більшості великих міст вичерпано або майже вичерпано можливості екстенсивного розвитку транспортних мереж. Тому особливу важливість набуває оптимальне планування мереж, покращення організації руху, оптимізація системи маршрутів транспорту. Розв'язок таких задач неможливий без математичного моделювання транспортних мереж, питанням якого дедалі більше присвячуються наукові праці різних вчених [2]. На практиці організації найбільш широке комерційне застосування знайшли такі програмні пакети [1]:

1. Системи GPS-контролю (Global Positioning System – система глобального позиціонування). Це програмне забезпечення призначене виключно для контролю співробітників і осіб, що здійснюють перевезення, і таким чином дозволяє виключити витрати, викликані зловживаннями співробітників. Це програмне забезпечення не призначене для оптимізації транспортного процесу.

2. Системи TMS-управління (Transport Management System – система управління транспортом). Це програмне забезпечення являє собою універсальний пакет, що дозволяє виконувати такі операції: управління замовленнями на перевезення; планування та формування маршрутів; обслуговування нестандартних транспортних подій; можливість взаємодії з різного типу мобільними пристроями; розрахунок вартості транспортних послуг та інші.

3. Географічні інформаційні системи (ГІС). Програмне забезпечення даного типу дозволяє будувати маршрути в автоматичному режимі (з використанням вбудованої в програму карти місцевості з дорогами) і визначати час проходження маршрутів. Останні версії вдосконалених систем TMS управління використовують ГІС для побудови маршрутів.

Наведені програмні засоби дозволяють вирішувати завдання організації перевезення вантажу оптимальним чином тільки для транспортних мереж невеликої розмірності. У разі транспортних мереж великої розмірності існуюче наведене забезпечення або не дозволяє отримати будь-який розв'язок, або не забезпечує його оптимальність. Додатковим недоліком існуючого програмного забезпечення є використання критеріїв оптимізації з обмеженою гнучкістю, що значно знижує їх прикладне значення.

Література:

1. Самойленко Н.И. Транспортные системы большой размерности : Монография / под ред. Н. И. Самойленко. – Х.: НТМТ, 2010. – 212 с.

2. Швецов В.И. Математическое моделирование транспортных потоков / В.И. Швецов // Автоматика и телемеханика. – 2003. – № 11. – С. 3-46.

Варич О. П.

ТЕХНОЛОГІЇ ВПОРЯДКУВАННЯ В ПРОЦЕСІ ФОРМАЛІЗАЦІЇ ПРАВОВИХ НОРМ У СФЕРІ ОСВІТИ

Процес становлення, розвитку та використання технологій формалізації права у сфері освіти набуває все більшої актуальності у світлі формування власної бази локальних нормативно-правових актів закладами вищої освіти. Суть формалізації правових норм у сфері освітньої діяльності полягає в узагальненні та наданні загальнообов'язковості правилам поведінки через видання локальних актів: статуту, положень, правил, інструкцій тощо.

Серед технологій формалізації права провідне місце займає, безумовно, технологія впорядкування – сукупність певних прийомів, способів та методів внутрішньої систематизації письмових нормативно-правових актів. Для ефективного використання вказаної технології у сфері освітнього законодавства необхідне створення певних умов, а саме: підвищення правової культури середньої ланки управлінського персоналу; створення системи заохочень для провідних науковців до участі в процесах узагальнення та оновлення змістовної складової правових норм у сфері освітньої діяльності; формування єдиного понятійного апарату правових категорій з урахуванням загально-правових дефініцій та створенням власних; розробку прозорих механізмів внесення змін і доповнень до діючих локальних нормативно-правових актів; створення зручної для ознайомлення зі змістом діючих актів платформи на основі напрацювань загально-правових законодавчих баз.

Практична реалізація кожної умови потребує від закладу вищої освіти деяких активних дій. По-перше, створення системи постійно діючих безкоштовних правових семінарів для керівників структурних підрозділів з метою формування системи знань про освітнє законодавство та практичних навичок з процедури правового оформлення власних рішень і надання їм загальнообов'язкового характеру. По-друге, підвищення кваліфікації працівників юридичної служби. По-третє, створення груп із висококваліфікованих викладачів для аналізу власної системи організації освітнього процесу. При цьому, кожен викладач має нести відповідальність за конкретний напрямок. Створити умови для можливості публічного обговорення змін як на базі інтернет-ресурсів, так і в рамках науково-практичних конференцій, публічних дискусій, круглих столів.

Деякі елементи формалізації права в процесі використання технології впорядкування передбачають активізацію діяльності закладу вищої освіти в рамках розробки та реалізації внутрішньої системи забезпечення якості освіти. До таких складових відноситься впорядкування Положення про моніторинг та періодичний перегляд освітньо-професійних програм, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання здобувачів вищої освіти.

Крім того, сам процес впорядкування передбачає створення чіткого та зрозумілого для працівників закладу вищої освіти механізму внесення змін до локальних нормативно-правових актів та доведення цих змін до загального відома з метою полегшення загального доступу та їх подальшого використання в освітньому процесі конкретним працівником закладу вищої освіти.

Воловчук Н.Н.

КОГНИТИВНАЯ ЭВОЛЮЦИЯ ЧЕЛОВЕКА, КАК ВАЖНЕЙШАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОГРЕССА ПОЗНАНИЯ И РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРЫ

В XXI веке не ослабевает интерес исследователей к изучению эволюции познания. Ученые и философы стремятся выявить как можно большее число факторов, которые влияют на углубление и расширение наших знаний о мире. Традиционная точка зрения, которая сформировалась в XVI-XIX вв. исключала постановку вопроса о когнитивной эволюции человека, как важнейшей составляющей прогресса познания и развития культуры. В конце XX века в эволюционной эпистемологии сформировались две парадигмы.

Первая, представленная теориями Доренца и Кэмпбелла, – изучение особенностей эволюции когнитивных механизмов – исследует когнитивные системы живых существ, с особым акцентом на развитии человеческих познавательных особенностей, эволюционирующих за счет естественного отбора. Эта программа, распространяя теорию биологической эволюции на физические носители когнитивной активности, изучает познание, как биологическую адаптацию, обеспечивающую увеличение воспроизводящей приспособленности.

Вторая парадигма, изучающая эволюцию научных теорий, предлагает общую теорию развития, охватывающую биологическую эволюцию, особенности индивидуального научения, изменения в культуре, также эволюцию научных теорий (К.Поппер, С.Тулмин). Так, например, С. Тулмин эволюцию науки представляет как развертывание разрозненных совокупностей понятий в процессе приспособления их к гносеологическим, логическим, прагматическим потребностям индивидуальных начинаний ученых. Такой эволюционизм имеет всеобщий характер, но общего вида или принципа не имеет, он представляет собой некий симбиоз наборов и групп понятий. При описании эволюции научного знания С. Тулмин использует такие биологические понятия: популяции, среда, отбор, борьба за существование.

В XXI веке ознаменовался превращением эволюционной эпистемологии в область междисциплинарных исследований, включающую эволюционную биологию, теорию генной и культурной коэволюции, а также компьютерное моделирование. Когнитивная эволюция человека при таком подходе предстает не только, как генетическая эволюция, но и как эволюция культурная, поэтому утверждается, что познание направляется также социальными и культурными факторами.

Какие рекомендации эволюционная эпистемология дает образованию?

С точки зрения эволюционной эпистемологии для развития системы образования должны быть сформированы оптимальные материальные условия для развития когнитивных способностей человека, что подразумевает: свободный доступ не только к сфере среднего, но и высшего образования; наличие образовательных программ, учитывающих целостный и всесторонний подход к развитию студента, то есть как естественнонаучную, так и гуманитарную составляющую; учет не только прагматического фактора в постановке целей и задач образования, но также интеллектуального и творческого факторов; развитие производства как решающего критерия, определяющего истинность знания.

Ротова Н.В.

ІГРИ НА ЗАНЯТТЯХ З РОСІЙСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ

Ігрові завдання є важливою складовою процесу навчання мови. У найзагальнішому вигляді в методиках викладання мов виділяють ігри лінгвістичні і комунікативні. У лінгвістичних акцент робиться на точності, наприклад, потрібно назвати правильну форму слова, антонім тощо. У центрі уваги комунікативних ігор – успішний обмін інформацією. У цьому випадку лінгвістичний аспект хоча й важливий, натомість не є самоціллю. Звичайно, межа між цими двома типами ігор досить умовна, і для того, щоб успішно виконати комунікативне завдання, потрібне використання адекватної лексики і граматики.

Тому при підготовці комунікативних ігор важливо заздалегідь визначити, який мовний матеріал потрібний, і переконатися в тому, що студенти ним володіють.

Популярність ігрових завдань при навчанні мови серйозно обґрунтована. Можна назвати кілька їх ключових функцій:

1. Ігри допомагають підвищити інтерес студентів до тих аспектів, які можуть здаватися їм нецікавими, і зробити процес навчання більш плідним. Закріплення старих і надбання нових мовних навичок і умінь в ігровій формі відбувається більш активно.

2. У грі створюється невимушена, наближена до ситуації реального спілкування обстановка, в якій найбільш повно реалізується комунікативний потенціал студентів, і в такий спосіб знімається мовний бар'єр.

3. Багато ігор є колективною формою роботи. У таких іграх значно збільшується обсяг мовної діяльності студентів. Крім того, робота в колективі допомагає подолати побоювання помилитися.

4. У ході гри роль викладача – це здебільшого роль спостерігача. Викладач фіксує помилки, щоб потім проаналізувати їх. Таким чином, гра може бути хорошим діагностичним полем для оцінювання знань. Комунікативні гри ні в якому разі не можна розглядати лише як спосіб зайняти студентів, коли вони втомилися, або розважити на останньому занятті семестру. Це повноцінна складова навчального процесу, не менш важлива, ніж традиційне виконання завдань із підручника або переказ тексту. Комунікативні ігри можна вважати кульмінаційною діяльністю в навчанні мови, оскільки це галузь, де студенти максимально використовують отримані знання. Створюючи можливість для спілкування, нехай навіть обмежену штучними рамками, комунікативні ігри стають тією ланкою, яка зв'язує навчальний процес і реальний світ.

Література

1. Hadfield Jill. Elementary Communication Games. Harlow Longman. 2002;
2. Арутюнов А.Р., Чеботарев П.Г., Музруков Н.Б. Игровые задания на уроках русского языка: Книга для преподавателя. М.: Русский язык, 1987.
3. Kodotchigova M. A. Role play in teaching culture: Six quick steps for classroom implementation. Internet TESL Journal, 8(7). Retrieved from <http://iteslj.org/Techniques/Kodotchigova-RolePlay.html>
4. Lee S. K. Creative games for the language class. Forum, 33(1), 35. Retrieved from <http://exchanges.state.gov/forum/vols/vol33/no1/P35.htm>

Тавшунський О.М.

ЕВОЛЮЦІЯ СУСПІЛЬНОЇ ДУМКИ ЩОДО ГЕНДЕРНОЇ ПАРИТЕТНОСТІ

Еволюція суспільної думки щодо гендерної паритетності має розглядатися через призму інтелектуальної, політичної, соціальної і економічної історії, історії взаємовідносин між чоловіками і жінками. Поняття гендерної паритетності – відносно нове явище. До кінця XIX ст. жінки розглядалися виключно як залежні від чоловіків і були позбавлені права участі в суспільному житті, особливо в областях, що мають відношення до політики, освіти і певних професій. Коріння такого ставлення до жінки міститься у женоненависницьких поглядах стоїків та платонізму, що лише зміцнювалися у різних інтелектуальних рухах від раннього християнства до Просвітництва. У аристотелівській фізіологічній традиції, яка вплинула навіть на деякі сучасні визначення статі та гендеру, жінка – недосконала версія чоловіка: вона – речовина, тоді як він – форма.

Такий традиційний підхід виправдовував домінуючий погляд, що жінки мали бути фізіологічно, інтелектуально і духовно підпорядковані чоловікам, однак не всі жінки були готові визнати такий стан речей.

У 1405 році Христина Пізанська закінчила роботу над «Книгою про Град Жіночий», у якій спробувала описати вклад жіноцтва минулих віків у становлення суспільства. Зокрема, вона одною з перших вказала на нерівність статей у доступі до освіти та відкинула догму про вроджену нерівність чоловіків та жінок.

Отже ще у пізньому середньовіччі висловлювалася думка про те, що першим кроком для досягнення гендерної паритетності є рівний доступ до освіти. І в подальшому процент жінок, які здобували освіту, не зважаючи на перепони, неукліпно зростав.

Проте масштабні зрушення відбулися лише наприкінці XIX ст., коли жінки почали утворювати власні організації та рухи для відстоювання своїх інтересів. Перша хвиля феміністичного руху домоглася визнання за жінками права голосу та рівності в правах власності. Друга хвиля вимагала рівності в можливостях працевлаштування, оплати і освіти, визнання прав жінки, пов'язаних з народженням дітей та у сім'ї. На цьому етапі жінки досягли визнання проблеми на міжнародному рівні. Так, проблемами жінок почала опікуватися ООН, а з 1981 року вступила в силу Конвенція про ліквідацію усіх форм дискримінації по відношенню до жінок.

Представники третьої хвилі вимагають поширення досягнень перших хвиль на всіх жінок незалежно від походження: чорношкірих, бісексуалок, лесбіянок та тих, що змінили стать, маргінальних та низьких соціальних класів.

Проаналізувавши еволюцію поглядів на гендерну паритетність, можна дійти висновку, що зміст її динамічно змінюється. Лише розуміючи джерела нерівностей, ми можемо намагатися їх усувати, що має наблизити нас до настання ери суспільної справедливості та економічного процвітання.